



Fédération des **J**eunes **O**rganisations **I**nnovantes de la **C**ulture et de l'**E**ntertainment

24 propositions **pour soutenir l'innovation dans la culture**

Paris, le 10 juillet 2019



Fédération des Jeunes Organisations Innovantes de la Culture et de l'Entertainment

A. Sensibilisation à l'innovation culturelle

Si la culture est un secteur primordial pour l'économie française, ses acteurs les plus innovants, pourtant nombreux, sont souvent mal identifiés. Leur valeur ajoutée ou leurs offres peinent à émerger alors que de nombreux acteurs culturels, freinés par leur dimension artisanale, gagneraient à connaître les solutions et innovations proposées qui leur permettraient de mieux gérer leur activité, dans le respect des artistes et créateurs et de leurs droits.

Problématiques	Propositions
Parmi la masse des initiatives numériques, les "bons" projets ont du mal à être reconnus. Les acteurs culturels, entre autres, sont frileux vis-à-vis des nouvelles structures, souvent mal identifiées, et se méfient de leurs chances de survie.	1. Lancer une certification "Culture Innov" concédée aux start-ups, lieux et organismes directement actifs dans l'innovation culturelle, ainsi qu'aux initiatives innovantes des institutions publiques, type incubateurs, etc.
Les solutions proposées par les entreprises innovantes de la culture se heurtent souvent au manque de culture numérique et d'ouverture à l'innovation des institutions culturelles ou des autorités territoriales. Beaucoup d'institutions ou de lieux culturels de taille modeste n'utilisent pas les nouvelles technologies numériques ou les utilisent de façon réductrice voire inappropriée, faute d'information, de compétences et/ou de ressources. Les ressources existantes, tel le site <i>entreprendre-culture.fr</i> , sont plus tournées vers les structures d'innovation que vers les institutions culturelles, et semblent manquer de moyens.	2. Mettre en place un "Observatoire de l'innovation culturelle" destiné à identifier, promouvoir et stimuler les initiatives innovantes, entrepreneuriales ou associatives, dans le domaine culturel. 3. Dans ce cadre, concevoir une veille pédagogique sur l'innovation culturelle destinée à l'ensemble des institutions nationales, régionales et locales concernées par les affaires culturelles et le rapports aux entrepreneurs.
Les solutions françaises et européennes (cloud, paiement, sécurité...) sont moins connues et jugées moins universelles que les solutions évidentes des géants américains	4. Créer une "Tech Force culturelle" de formateurs dédiés à l'évangélisation des organisations et lieux de culture, en particulier dans les régions, pour les conseiller et les former sur l'usage pertinent des technologies numériques. 5. Mettre en place un mécanisme d'information et de soutien en faveur des solutions françaises et européennes utiles pour la culture.
Les données sur les pratiques et la consommation culturelle réelle des Français sont un "bien commun", conçu à partir d'une multiplicité de comportements individuels, qui n'est ni suivi systématiquement ni rendu aisément accessible aux acteurs de la culture en France.	6. Favoriser la mutualisation des données des institutions sur les comportements culturels (type Data Musées) et les mettre en open data à la disposition des entreprises œuvrant dans la culture, dans la logique de la feuille de route "open data" 2013 et dans le respect des dispositions du RGPD.



Fédération des Jeunes Organisations Innovantes de la Culture et de l'Entertainment

B. Financement et soutien des jeunes entreprises innovantes dans la culture

Les start-ups du secteur culturel intéressent peu les investisseurs car leur croissance est lente et leurs perspectives de rentabilité sont généralement aléatoires et à long terme. De ce fait, beaucoup d'entre elles, pourtant viables, disparaissent prématurément, faute de financement adéquat. Des solutions existent pour leur donner l'oxygène nécessaire à leur émergence.

Problématiques	Propositions
Le monde des jeunes pousses du secteur culturel est notoirement sous-capitalisé car il s'agit d'un marché à croissance lente, du fait de l'atomisation des clients potentiels. Il est important de trouver un relais aux fonds d'investissement, qui s'y intéressent peu, et aux institutionnels, très sollicités.	7. Constituer un fonds culturel d'investissement et de garantie , à alimenter via un mécanisme de contribution de certains bénéficiaires de l'activité culturelle nationale, régionale ou locale, tels les Gafa, les acteurs du tourisme ou autres.
Certaines petites structures innovantes de la culture ont des besoins financiers modestes, souvent ponctuels, qui ne correspondent pas aux critères des investisseurs privés ou institutionnels.	8. Constituer une plateforme de micro-crédit culturel abondé par les institutions publiques (Ministère de la Culture, DGE, IFCIC, CDC...), voire privées...
L'entreprise doit être un lieu privilégié d'enrichissement personnel et d'échange. Or, dans le domaine culturel, les initiatives à destination des employés vont essentiellement vers l'évident : cinéma, théâtre, concerts, expositions...	9. A l'instar des tickets restaurant et des chèques-cadeaux, instaurer des "chèques Culture Tech" défiscalisés donnant aussi accès à des services culturels innovants : applis culturelles, abonnements premium, services de rupture, etc.
Les start-ups culturelles sont un écosystème éclaté, tout comme le reste de ce secteur. Faute de compétences ad hoc, de temps et de ressources financières, beaucoup sont de facto exclues des appels d'offres publics, jugés complexes, consommateurs de temps et au seuil de déclenchement trop vite atteint.	10. Faire mieux connaître aux acteurs culturels les récentes dispositions sur les achats innovants dans le cadre des commandes publiques sans publicité ni mise en concurrence. Et, à l'instar du Small Business Act américain, prévoir que les lauréats de tout appel d'offres d'un certain niveau devront réserver un pourcentage de leur CA à des jeunes sociétés innovantes.
Les activités innovantes de la culture ont du mal à émerger du fait des difficultés à se faire connaître et essayer, en particulier auprès des jeunes publics.	11. Affecter X% sur les 500 € du Pass Culture à des activités de la Culture Tech conçues par des acteurs innovants.
Les start-ups culturelles sont des petites sociétés qui doivent faire leurs preuves, mais elles ne bénéficient pas toujours de certains avantages concurrentiels offerts aux plus grandes.	12. Intégrer les innovation de la culture les mécanismes de défiscalisation existant déjà , par ex. les avantages présents dans une filière (l'avance sur recettes par ex.) ou le mécénat des entreprises et des particuliers.



Fédération des Jeunes Organisations Innovantes de la Culture et de l'Entertainment

C. Accompagnement et simplification des procédures

Les jeunes entreprises innovantes de la culture sont souvent lancées par des artistes ou des diplômés d'écoles d'art qui ne sont pas rompus aux arcanes du business et de la gestion financière. La fragilité de leur équilibre financier rend encore plus pénalisant le poids et le coût des démarches administratives et des recherches d'information.

Problématiques	Propositions
Beaucoup d'aides à la culture existent déjà, et il ne s'agit pas de les multiplier... Mais leur notoriété est souvent faible, leurs modalités parfois obscures et leur adaptation aux besoins est largement perfectible.	13. Recenser les aides à la culture et créer un calendrier officiel exhaustif accompagné de fiches didactiques simples sur leur périmètre, leurs modalités et leurs bénéficiaires.
Les relations dans la culture passent souvent par des réseaux personnels. Les jeunes pousses culturelles, qui ne disposent pas de tels réseaux, sont handicapées et ont du mal à entrer en contact avec certaines institutions culturelles.	14. Organiser un accès simplifié aux administrations et aux institutions culturelles nationales, régionales et locales pour les jeunes pousses culturelles afin de leur garantir un accès équitable à l'écosystème culturel.
Les mêmes appels d'offres de services sont souvent menés par des acteurs publics différents et de manière dispersée, empêchant la constitution d'acteurs de référence puissants, utiles pour la souveraineté de la France et de l'Europe dans la Culture Tech	15. Créer un mécanisme de mutualisation des besoins en nouveaux services des institutions culturelles pour créer un financement "coopératif" de solutions plus ambitieuses, à vocation internationale, conçues par des acteurs innovants.
Les jeunes pousses culturelles ont du mal à trouver ou à se payer des lieux pour exposer leur projet ou le présenter au public, en particulier en région.	16. Mettre à disposition les lieux culturels publics ou municipaux , à titre gracieux ou très privilégié, pour les entreprises culturelles innovantes à des horaires où ceux-ci ne sont pas utilisés.
Bien qu'elles soient parfois créatrices de modèles innovants aisément exportables, et vecteurs de "soft power", les jeunes entreprises culturelles, hors exceptions, sont mal armées pour attaquer les marchés étrangers.	17. Créer un mécanisme de coordination multi-secteurs pour aider les jeunes pousses culturelles françaises à l'export, en lien avec les organismes d'export sectoriels existants (Business France, Unifrance ou les CCI par ex.).
Des événements culturels, concerts, conférences, salons et autres avec des participants venant de pays en développement sont perturbés voire annulés pour cause de difficultés ou délais à obtenir des visas.	18. Centraliser et faciliter la délivrance des visas pour les artistes et professionnels de la culture issus de pays en développement venant en France pour des événements ponctuels.



Fédération des Jeunes Organisations Innovantes de la Culture et de l'Entertainment

D. Ecoute et dialogue entre les institutions culturelles et les acteurs de l'innovation culturelle

Les enjeux de l'innovation au sein des industries culturelles, généralement bien perçus par le ministère de la Culture, ont du mal à se transformer en action car des freins subsistent : méconnaissance des priorités mutuelles, manque de temps, difficulté à faire le tri..., ce qui requiert la mise en place d'outils et de pratiques de dialogue entre les parties.

Problématiques	Propositions
La multiplication des contacts entre start-ups et institutions surchargées n'offre ni l'efficacité ni le recul nécessaire face aux enjeux d'avenir. Il manque une base opérationnelle "neutre" tournée vers l'innovation pour organiser cette coopération et mobiliser les interlocuteurs ad hoc.	19. Mettre en place un mécanisme paritaire et une plateforme d'échange dédiés à l'Innovation réunissant les représentants du Ministère, les diverses institutions culturelles et les acteurs innovants de la culture pour écouter les besoins mutuels et encourager les rencontres entre institutionnels et entrepreneurs.
Les liens entre les acteurs culturels et les jeunes pousses souffrent de la méconnaissance de la situation des start-ups culturelles en France : nombre, activité, volume d'affaires, etc.	20. Financer une base de données informative et statistique visant à suivre l'évolution de l'écosystème des start-ups culturelles en France.
Les jeunes entreprises culturelles innovantes ont beaucoup de mal à contacter et rencontrer les responsables des institutions culturelles publiques pour leur présenter leurs services.	21. Instituer une place de marché de l'innovation culturelle permettant la présentation des offres et services innovants aux institutions publiques d'une certaine taille.
Les relations avec l'administration non culturelles (Pôle Emploi, URSSAF, ministère du Budget...) pour avancer sur les sujets liés à la culture sont lentes et aléatoires, faute d'interlocuteurs qualifiés.	22. Assurer la présence d'un référent pour l'innovation et la culture dans toutes les institutions ayant vocation à traiter avec les industries créatives, et plus généralement dans tous les grands organismes publics.
Au-delà des aides majeures (appels à projets, Bpifrance, FUI...), l'attribution des fonds publics ou privés pour la culture est par nature morcelée, ce qui empêche la visibilité des actions de soutien à l'innovation culturelle.	23. Identifier un "thème" culturel chaque année , par ex. "Les publics éloignés" ou "Les cultures régionales", et faire remonter et primer des initiatives innovantes liées à ce thème, publiques ou privées, au plan national ou local.
Si les priorités culturelles publiques, s'exerçant généralement en "top down", sont bien identifiées, les citoyens sont rarement consultés en direct sur leurs attentes en matière de culture.	24. Elaborer une plateforme de remontée des attentes et idées pour la culture , en particulier sur le plan local, avec publication d'une synthèse annuelle.