

**CONTRIBUTION AU RAPPORT FINAL
SUBVENTION 2011-2012
Octobre 2012**

VOLUME ANNEXE

RECHERCHE C3

**ANALYSE DES NOUVELLES FORMES DE DEVELOPPEMENT
DE L'ACTIVITE ECONOMIQUE ET DE LEURS LIENS AU
TERRITOIRE**

Annexe 1 : La concentration géographique de la classique créative en Wallonie : Facteurs favorables et effets désirables (Etude quantitative)

Annexe 2: La proximité géographique de la classe créative et processus d'innovation en Wallonie (Etude qualitative)



Responsable scientifique

Pour le LEPUR: Bernard Surlemont

Chercheur

Pour le LEPUR : Zineb AOUNI

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES	4
1. LA CONCENTRATION GEOGRAPHIQUE DE LA CLASSIQUE CREATIVE EN WALLONIE : FACTEURS FAVORABLES ET EFFETS DESIRABLES (ETUDE QUANTITATIVE)	5
1.1 La Classe Créative	5
1.1.1 La théorie du capital créatif.....	5
1.1.2 Délimitation de la classe créative	5
1.1.3 Collecte de données.....	7
1.2 La classe créative en Belgique et en Wallonie (données EFT)	13
1.2.1 La CC dans les régions de Belgique.....	13
1.2.2 La CC dans les provinces de Belgique	14
1.2.3 La CC en Belgique et dans d'autres pays européens	16
1.3 Les facteurs favorables à la concentration géographique de la classe créative	20
1.3.1 La Technologie.....	20
1.3.2 Les Talents.....	21
1.3.3 La Tolérance.....	21
1.3.4 L'industrie créative et opportunités d'emploi.....	22
1.3.5 L'industrie du divertissement (les aménités)	25
1.3.6 Les services publics	28
1.4 Les effets favorables de la concentration géographique de la classe créative en Wallonie	32
1.4.1 Les préalables à l'innovation.....	32
1.4.2 L'innovation.....	34
1.4.3 L'entrepreneuriat	34
1.4.4 Le développement économique régional	35
2. LA PROXIMITE GEOGRAPHIQUE DE LA CLASSE CREATIVE ET PROCESSUS D'INNOVATION EN WALLONIE (ETUDE QUALITATIVE)	36
2.1 Objectif de l'étude qualitative :	36
2.2 Méthodologie	36
2.3 Etat d'avancement	37
2.3.1 Les réunions avec les opérateurs économiques Wallons	37
2.3.2 La notion d'innovation dans une dimension territoriale.....	38
2.3.3 Les interviews avec les porteurs de projets innovants	45

1. LA CONCENTRATION GEOGRAPHIQUE DE LA CLASSIQUE CREATIVE EN WALLONIE : FACTEURS FAVORABLES ET EFFETS DESIRABLES (ETUDE QUANTITATIVE)

1.1 LA CLASSE CREATIVE

1.1.1 La théorie du capital créatif

La théorie du capital créatif a été introduite par le géographe Richard Florida en 2002. Cette théorie suggère que la concentration géographique d'individus créatifs dans une région est source d'innovation et de développement économique régional.

Par conséquent, la capacité d'une région à attirer ces individus créatifs est la clé de sa productivité et de son développement économique. Cette théorie se base sur deux postulats : premièrement que les individus sont hautement mobiles ; deuxièmement, qu'ils choisissent leur localisation en fonction de la présence ou pas de facteurs qu'ils estiment être favorables pour un mode de vie agréable.

Il est par ailleurs important de signaler que la théorie de la classe créative a été initialement testée aux Etats-Unis, à l'échelle des grandes régions qui comptent plus d'un million d'habitants (Florida, 2002). Actuellement, de plus en plus d'études questionnent l'applicabilité de cette théorie dans un contexte européen (Voir la revue spéciale dans le journal Urban Affairs 2009) mais également à l'échelle de plus petites régions (villes moyennes dont la population est comprise entre 75.000 et 350.000 habitants (voir Reese et al., 2011) et même à l'échelle des arrondissements administratifs (Nuts3) (voir Boschma & Fritsch, 2009).

1.1.2 Délimitation de la classe créative

La classe créative fait référence aux individus dont la fonction est de « créer de nouvelles formes significatives » (Florida, 2002). Il peut s'agir « de nouvelles formes ou des dessins qui sont facilement transférables et largement utilisables, tels qu'un produit qui peut être fabriqué, vendu et utilisé; un théorème ou une stratégie qui peut être appliquée dans de nombreux cas; ou de la musique ». Il s'agit également d'individus qui s'engagent dans la résolution créative de problèmes, en s'appuyant sur des connaissances complexes pour résoudre des problèmes spécifiques. Il s'agit d'individus qui sont tenus de penser par eux-mêmes, ceux qui appliquent ou allient des approches standard de façon unique pour s'adapter à la situation, pour opérer un jugement, ou tester de nouvelles idées et innovations. Ces individus peuvent parfois trouver des méthodes ou des produits qui s'avèrent très utiles, même si ces découvertes ne font pas partie de la description de leur poste de base.

A partir de cette définition assez large de la classe créative, Florida a proposé une opérationnalisation de cette notion en précisant spécifiquement les professions qui correspondent à cette description. Néanmoins, cette liste de professions dites créatives a évolué au fur et à mesure des travaux de Florida mais surtout au fur et à mesure de l'interprétation qui en a été faite dans d'autres travaux de recherche. Ces interprétations identifient parfois la classe créative en référence aux individus qui exercent des professions particulières (Florida, 2003 et Boschma & Fritsch 2009) et parfois en référence aux individus qui exercent un emploi dans certains secteurs d'activités, en l'occurrence les secteurs dits créatifs (Reese et al. 2010).

De plus, lorsque la classe créative est définie en référence à des professions, celles-ci sont spécifiées selon différentes nomenclatures : Nord américaine (SOC pour « Standart Occupation Classification ») ou européenne (ISCO ou en français CIP pour « Classification Internationale du Type de Professions »).

Dans la présente étude, la notion de classe créative est appréhendée exclusivement en référence aux professions dites créatives, qu'elles soient exercées dans des secteurs créatifs ou pas. En cohérence avec les travaux de recherche réalisés en Europe sur cette thématique, les professions créatives sont définies en référence à la nomenclature ISCO (ou CIP : Classification Internationale du Type de Professions). Plus particulièrement, la présente étude s'aligne sur les travaux réalisés par Boschma et Fritsch (2009) pour distinguer la classe créative en 3 catégories: le noyau créatif, les professionnels de la création et les bohèmes (voir tableau 1 pour la liste des professions appartenant à chaque catégorie).

Les catégories de la classe créatives	Les professions (CIP 88)
Le noyau créatif	Physiciens, chimistes et assimilés (211) Mathématiciens, statisticiens et assimilés (212) Spécialistes de l'informatique (213) Architectes, ingénieurs et assimilés (214) Professionnels des sciences de la vie (221) Médecins et assimilés (222) Professeurs d'université et d'établissement d'enseignement supérieur (231) Professeurs de l'enseignement secondaire (232) les instituteurs de l'enseignement primaire et maternel (233) Enseignants spécialisés dans l'éducation des handicapés (234) Autres spécialistes de l'enseignement (235) Archivistes, bibliothécaires, documentalistes et assimilés (243) Spécialistes des sciences sociales et humaines (244)
Les professionnels de la création	Membres de l'exécutif et des corps législatifs, cadres supérieurs de l'administration publique, dirigeants et Cadres supérieurs d'entreprise (1) Cadre infirmiers et sages-femmes (223) Spécialistes des fonctions administratives et commerciales des entreprises (241) les juristes (242) Professions intermédiaires des sciences physiques et techniques (31) Professions intermédiaires des sciences de la vie (32) Professions intermédiaires des finances et de la vente (341) Agents commerciaux et courtiers (342) Inspecteurs de la police judiciaire et détectives (343) Inspecteurs de la police judiciaire et détectives (345)

	Professions intermédiaires du travail social (346)
Les bohêmes	Ecrivains et artistes créateurs et exécutants (245) Photographes et techniciens d'appareils enregistreurs d'images et de son (3131) Professions intermédiaires de la création artistique, du spectacle et du sport (347) Mannequins et autres modèles (521)

Tableau 1 : La liste des professions créatives

Le choix de cette conceptualisation se justifie par la volonté d'homogénéiser les résultats de la présente étude avec ceux obtenus dans d'autres régions d'Europe. En effet, l'étude réalisée par Boschma et Fritsch (2009) analyse les données concernant la classe créative dans 503 arrondissements européens, ce qui offre la possibilité d'inclure une dimension comparative de nos résultats avec ces régions.

1.1.3 Collecte de données

Les données concernant les professions sont peu disponibles en Wallonie. En effet, après un travail de repérage, à travers des personnes ressources actives ou spécialisées dans le domaine, il s'est avéré que seules deux sources définissent les professions selon la norme internationale CITP. Il s'agit de l'Enquête sur les Forces de Travail (EFT) et du Registre National (RN). A cause des limites respectives de ces deux sources de données, une vérification des données du RN a été réalisée grâce à l'enquête de l'EFT.

1.1.3.1 L'enquête sur les Forces de Travail (EFT)

L'EFT est une enquête socio-économique par sondage auprès des ménages, organisée au niveau de la CE en collaboration avec l'institut de statistiques StatBel pour les données concernant la Belgique. Il s'agit d'une enquête trimestrielle qui concerne la population en âge de travailler (15 ans et plus). L'échantillon comprend 15.000 ménages par trimestre, ce qui permet de récolter des renseignements sur le statut d'activité d'environ 90.000 habitants par an.

L'exploitation des données de l'EFT présente deux avantages importants. Premièrement, il s'agit d'une enquête qui se focalise spécifiquement sur l'emploi. L'information concernant la profession est par conséquent une donnée importante du questionnaire, puisque directement en lien avec l'objet de l'enquête. Deuxièmement, la méthode de récolte de données permet s'assurer une certaine fiabilité dans la codification des données concernant la profession. En effet, la récolte de données est réalisée par voie d'entretiens en face-à-face menés par des enquêteurs spécifiquement formés pour cette démarche.

Néanmoins, l'enquête sur les forces de travail comporte une limite assez importante pour la présente étude qui concerne le plan de sondage utilisé pour la récolte de données. En effet, la méthode d'échantillonnage ne permet pas d'assurer la représentativité des données au niveau des communes, ni même au niveau des arrondissements (NUTS 3). Les données de l'EFT ne peuvent ainsi pas être utilisées à un niveau plus fin que celui des provinces (NUTS 2). De plus, l'EFT est une enquête par sondage, ce qui signifie que les données ne sont pas des chiffres « absolus ». Il s'agit de résultats extrapolés, sur base d'une poststratification par province, sexe et âge. Les données doivent par conséquent être interprétées avec la plus grande prudence.

1.1.3.2 Le Registre National (RN)

Le Registre National est un système d'enregistrement exhaustif qui contient les données d'identification de l'ensemble de la population, selon leur lieu de résidence principale. Parmi ces données d'identification figure, sous la rubrique TI70, l'information concernant la profession.

Malgré l'intérêt de ces données pour la présente étude, les informations du RN à propos des professions comportent plusieurs limites :

- Un manque de cohérence dans la codification utilisée pour l'enregistrement des données. En effet, les professions sont reprises au RN selon différentes nomenclatures: avant 2008, les données étaient encodées selon une nomenclature propre au SFP intérieur. Dès 2008, une nouvelle codification des professions a été adoptée. Il s'agit d'une adaptation de la nomenclature ISCO 88. A l'heure actuelle, une table de correspondance entre ces deux nomenclatures est en cours de réalisation ou de finalisation au SPF intérieur. En l'absence d'une telle table de conversion, les données de la rubrique TI70 restent difficilement utilisables.
- Un manque de précision dans l'encodage des données. En effet, un grand nombre de codes professions sont manquants et parmi ceux existants, certains font référence à une fonction (« employé», « ouvrier», etc.), sans précision de la profession exercée dans le cadre de cette fonction.
- La non prise en compte des travailleurs frontaliers qui résident à l'étranger et qui pourraient exercer une profession en Belgique.
- La non prise en compte de l'évolution possible de la profession des habitants depuis leur inscription à la commune, ce qui explique probablement qu'une grande part des personnes inscrites au RN ont une profession d'« étudiant ».

1.1.3.3 Vérification des données du RN par les données de l'EFT

Le caractère exhaustif des données du RN représente un avantage indéniable pour la présente étude, puisqu'il autorise des analyses de la classe créative à des degrés très fins d'un point de vue géographique (arrondissements, communes, etc.). Cet avantage permet de pallier à la principale lacune que présentent les données de l'EFT, qui sont extrapolées au niveau des provinces.

Malgré l'avantage que présente le RN par rapport aux autres sources de données possibles, l'information à propos de la profession n'a jamais été utilisée dans le cadre de recherches préalables. Cette donnée est jugée peu fiable à cause de l'évolution possible de la profession depuis l'inscription des individus au RN.

Afin de vérifier du degré de fiabilité des données du RN, il a été décidé, à la demande du comité d'accompagnement, et avec la collaboration des responsables de l'EFT et de l'IWEPS, de réaliser une fusion entre les données du RN et de l'EFT¹. L'objectif de ces analyses est de vérifier l'écart entre la profession renseignée par les répondants à l'EFT et celle renseignée au RN.

Au Total, les données concernant 639.665 répondants à l'EFT ont été extraites du RN. Ces données correspondent à 671.457 enregistrements concernant la profession (voir tableau 2). Il a été effectivement constaté que certains répondants à l'EFT correspondaient à plusieurs enregistrements au RN à propos de la profession.

EFT	Professions RN	Ancienne codification				Nouvelle codification		
		Total ancienne codification	Profession précisée	Inactifs	Fonction (ouvrier ou employé)	Total nouvelle codification	Profession précisée	Inactifs
639.665	671.457	594.778	268.149	229.123	97.506	76.679	36.803	39.876
		100%	45,08%	38,52%	16,39%	100%	48,00%	52,00%
% BD RN	100%	88,58%	39,94%	34,12%	14,52%	11,42%	5,48%	5,94%

Tableau 2 : Les données du RN à propos des professions

Parmi les données extraites du RN (671.457 enregistrements), 594.778 sont définis selon la l'ancienne codification (adoptée avant 2008). Ces enregistrements représentent 88,58% de la base de données analysée. Parmi ces données, 38,52% sont inactifs (pensionnés, invalides, étudiants, etc.), 16,39% sont définis en référence à une fonction (employé, ouvrier, etc.) et seuls 45,08% de ces enregistrements font référence à une profession précise.

Dans la base de données du RN analysée, 11,42% des enregistrements ont été encodés selon la nouvelle codification inspirée de la nomenclature ISCO 88. Parmi ceux-là, 52% sont inactifs.

Les professions étant encodées dans la base de données de l'EFT selon la nomenclature ISCO 88, seules 3 catégories de données au RN ont pu être rendues comparables à celles-ci:

- Catégorie 1 : les professions précisées selon la nouvelle codification. Ces enregistrements représentent 5,48% de la base de données du RN. Ces codes ont pu être adaptées pour correspondre à la nomenclature ISCO 88.

¹ Les résultats de ces analyses feront l'objet d'une note de synthèse qui sera diffusée auprès des services concernés (StatBel et IWEPS) et autres services intéressés par les données du RN à propos de la profession (ULB, Ulg, etc.).

- Catégorie 2 : les données qui concernent les inactifs (sans profession, étudiant, retraité ou pensionné, femme au foyer, invalide, etc.), qui sont définies selon la nouvelle codification. Il s'agit de 5,94% de la base de données.
- Catégorie 3 : les données qui concernent les inactifs qui sont définies selon l'ancienne codification et les données qui font référence à une fonction (ouvrier, employé ou indépendant), sans précision de la profession exercée. Ces enregistrements représentent 48,64% de la base de données analysée.

Les données du RN pour lesquelles la profession a été définie selon l'ancienne codification n'ont pas pu être comparées aux données de l'EFT. Il s'agit de 39,94% de la base de données du RN. En effet, en l'absence d'une table de conversion entre l'ancienne codification et la nomenclature ISCO 88, il est impossible de comparer ces données à celles de l'EFT. En définitive, la vérification des données du RN a porté sur 60% de la base de données. Les résultats de ces vérifications sont présentés au tableau 3 pour la catégorie 1, au tableau 4 pour la catégorie 2 et au tableau 5 pour la catégorie 3.

Catégorie 1: Profession nouvelle codification		
Profession identique	8733	23,73%
Changement profession	18663	50,71%
Pofession --> inactif	9407	25,56%
Total	36803	100%

Tableau 3 : Rapprochement des professions définies selon la nouvelle codification au RN (catégorie 1) avec les données de l'EFT

Ces résultats démontrent que seuls 23,73% des enregistrements RN qui sont définis selon la nouvelle codification (catégorie 1) reprennent un code profession identique au RN et à l'EFT. Plus de 50% de ces enregistrements correspondent à une profession différente à l'EFT. Ces différences peuvent être liées soit à un changement réel de la profession entre le moment de l'inscription au RN et la participation à l'Enquête des Forces de Travail, soit à des différences dans l'encodage de la profession dans les deux bases de données, soit à un manque de précision dans l'encodage de la profession au RN. En effet, parmi les professions qui sont différentes à l'EFT et au RN, 30% sont encodées au RN dans des catégories « génériques » de professions (telles que « autres cadres de direction », « autres employés de bureau », etc.). Ces professions sont plus précises à l'EFT.

Catégorie 2: Inactifs nouvelle codification		
inactif --> inactif	34717	87,06%
inactif --> profession	5159	12,94%
Total	39876	100%

Tableau 4 : Rapprochement des inactifs définis selon la nouvelle codification au RN (catégorie 2) avec les données de l'EFT

Concernant les inactifs qui ont été enregistrés au RN selon la nouvelle codification (catégorie 2), 87% sont également inactifs selon les données l'EFT. En effet, seules 12,94% des personnes renseignées au RN comme inactives (étudiant, retraité, invalide, etc.) ont un statut différent à l'EFT. Cette relative concordance des données du RN avec celles de l'EFT concernant cette catégorie, se justifie très probablement par le caractère relativement récent des enregistrements au RN. En effet, il est fort probable que les inactifs (invalides, pensionnés, étudiants, femmes au foyer, etc.) inscrits au RN après 2008, le soient également à l'Enquête sur les Forces de Travail (EFT).

Concernant les individus qui ont un statut d'inactif selon les données du RN mais qui ont une profession selon les données de l'EFT, la plupart (85,97% d'entre eux) sont repris au RN comme « étudiants » ou « sans profession ». Ces inactifs ont effectivement plus de probabilité de changer de statut que les pensionnés, invalides, etc.

Catégorie 3: Inactifs et fonction (ouvrier, employé) selon ancienne codification					
inactif --> inactif	133282	58,17%	Fonction ouvrier ou employé --> inactif	27929	28,64%
inactif --> profession	95841	41,83%	Fonction ouvrier ou employé --> profession précise	69577	71,36%
	229123	100%		97506	100%

Tableau 5 : Rapprochement des inactifs définis selon l'ancienne codification au RN (catégorie 3) avec les données de l'EFT

Concernant les inactifs qui ont été définis au RN selon l'ancienne codification (catégorie 3), plus de 40% ont une profession selon les données de l'EFT et seuls 58% ont le même statut à l'EFT. Concernant les données du RN qui font référence à des fonctions très larges telles que ouvrier, employés ou indépendant, la plupart (71,36%) sont mieux précisées à l'EFT et 28% sont inactifs selon cette dernière base de données.

Les résultats de ces rapprochements entre les données du RN et de l'EFT permettent difficilement de conclure par rapport à la fiabilité des données du RN. En effet, si les différences constatées entre ces deux bases de données sont limitées en ce qui concerne les inactifs qui sont enregistrés au RN après 2008 (catégorie 2), celles-ci sont relativement importantes lorsqu'il s'agit des professions inscrites au RN selon la nouvelle codification (catégorie 1). Les données du RN sont encore moins actuelles concernant les inactifs qui sont inscrits au RN avant 2008 (catégorie 3).

De plus, en l'absence d'une table de conversion entre l'ancienne codification des professions au RN et la nouvelle codification, qui est adaptée de la nomenclature ISCO 88, il est difficile, voire impossible, de repérer les professions créatives à partir des données du RN. Les données du RN ne pourront de ce fait pas être utilisées dans la présente étude pour préciser l'étendue de la classe créative en Wallonie.

A cause de cette importante limite, la section qui suit présente une première analyse des données de l'EFT à propos des professions. Cette analyse permet de fournir une première appréciation de la répartition de la classe créative au niveau des régions (Wallonie, Flandre et Bruxelles capitale), mais également au niveau des provinces. Ces analyses permettent de mettre en perspective la Wallonie, la Belgique mais également les provinces wallonnes avec d'autres régions d'Europe. En effet, en utilisant les données de l'EFT, les résultats obtenus sont tout à fait comparables à ceux obtenus par Boschma et Fritsch en 2009 dans plus de 500 régions d'Europe.

1.2 LA CLASSE CREATIVE EN BELGIQUE ET EN WALLONIE (DONNEES EFT)

1.2.1 La CC dans les régions de Belgique

En exploitant les premières données de l'EFT (2011), la répartition de la classe créative dans les trois régions de Belgique (Wallonie, Flandre et Bruxelles) se présente comme suit :

LE LIEU DE RESIDENCE	Wallonie	Flandre	Bruxelles	Belgique
	Nombre	Nombre	Nombre	
Le core créatif	158.272	243.730	59.701	461.703
Professionnels de la création	280.637	452.047	105.453	838.137
Les bohèmes	18.729	25.998	14.031	58.758
La Classe Créative	457.638	721.775	179.185	1.358.598
La Classe Créative sans bohèmes	438.908	695.777	165.154	1.299.840
Population (2011)	3.525.540	6.306.638	1.119.088	10.951.266
	0			
% Le core créatif (population)	4,49%	3,86%	5,33%	4,22%
% Professionnels de la création (popu	7,96%	7,17%	9,42%	7,65%
% Les bohèmes (population)	0,53%	0,41%	1,25%	0,54%
% classe créative (population)	12,98%	11,44%	16,01%	12,41%
% classe créative sans Bohèmes (p	12,45%	11,03%	14,76%	11,87%

Tableau 6 : La classe créative selon le lieux de résidence (Source l'EFT)

Ces résultats démontrent que la classe créative n'est pas répartie d'une manière équivalente dans les trois régions de Belgique. La classe créative est beaucoup plus concentrée dans la région de Bruxelles Capitale. En effet, 16,01% des habitants de la capitale exercent une profession créative, contre 12,98% des habitants de la Wallonie et 11,44% en Flandre.

L'attractivité de la capitale est plus importante et ce, quelle que soit la catégorie de la classe créative :

- le core créatif représente 5,33% des habitants de la capitale contre 4,49% pour la Wallonie et 3,86% pour la Flandre
- les professionnels de la création représentent 9,42% des habitants de la capitale contre 7,96% pour la Wallonie et 7,17% pour la Flandre
- les bohèmes sont proportionnellement beaucoup plus importants à Bruxelles capitale qu'en Wallonie ou en Flandre. La proportion des bohèmes est deux à trois fois plus importante dans la capitale que dans les deux autres régions de Belgique.

En Wallonie, la proportion des professions créatives est plus importante qu'en Flandre et ce, qu'il s'agisse des professionnels de la création (7,96% pour la Wallonie contre 7,17 pour la Flandre), du core créatif (4,49% contre 3,86% en Flandre) ou des bohèmes (0,53% contre 0,41% en Flandre).

1.2.2 La CC dans les provinces de Belgique

L'analyse de la répartition de la classe créative selon les provinces fait constater, hormis quelques exceptions, une certaine homogénéité dans la répartition de ces professions en Wallonie et en Belgique. En effet, l'écart entre les provinces est de maximum 3 points (13,83% pour Namur qui enregistre la plus haute part de la classe créative après le Brabant Wallon et Bruxelles capitale et 10,39% pour Anvers qui enregistre la plus faible part de la classe créative de Belgique).

Deux exceptions peuvent cependant être soulignées ; le Brabant Wallon qui enregistre un taux particulièrement élevé d'individus créatifs (20% des habitants de cette province exercent une profession créative) et Bruxelles qui est la deuxième province la plus attractive de Belgique pour la classe créative.

LE LIEU DE RESIDENCE	Brabant wa	Bruxelles	Namur	Luxembourg	Liège	Brabant fla	Flandre ori	Flandre occ	Hainaut	Limbourg	Anvers
	2 arrondis.		3 arrondis.	5 arrondis.	4 arrondis.	2 arrondis.	6 Arrondis.	8 arrondis.	6 arrondis.	3 Arrondis.	3 arrondis.
Le core créatif	26.103	59.701	21.415	13.799	50.854	48.464	62.234	45.750	46.102	28.184	59.098
Professionnels de la création	46.590	105.453	41.253	20.449	82.940	88.388	109.475	80.974	89.404	56.888	116.323
Les bohèmes	3.908	14.031	3.292	1.640	6.820	4.293	6.919	3.876	3.069	2.963	7.947
La Classe Créative	76.601	179.185	65.960	35.888	140.614	141.145	178.628	130.600	138.575	88.035	183.367
La Classe Créative sans bohèmes	72.693	165.154	62.668	34.248	133.794	136.852	171.709	126.724	135.506	85.072	175.420
Population (2011)	382.866	1.119.088	476.835	271.352	1.077.203	1.086.446	1.445.831	1.164.967	1.317.284	844.621	1.764.773
% Le core créatif (population)	6,82%	5,33%	4,49%	5,09%	4,72%	4,46%	4,30%	3,93%	3,50%	3,34%	3,35%
% Professionnels de la création (population)	12,17%	9,42%	8,65%	7,54%	7,70%	8,14%	7,57%	6,95%	6,79%	6,74%	6,59%
% Les bohèmes (population)	1,02%	1,25%	0,69%	0,60%	0,63%	0,40%	0,48%	0,33%	0,23%	0,35%	0,45%
% classe créative (population)	20,01%	16,01%	13,83%	13,23%	13,05%	12,99%	12,35%	11,21%	10,52%	10,42%	10,39%
% classe créative sans Bohèmes (population)	18,99%	14,76%	13,14%	12,62%	12,42%	12,60%	11,88%	10,88%	10,29%	10,07%	9,94%

Tableau 7 : La répartition de la classe créative dans les provinces de Belgique selon le lieu de résidence (Source l'EFT)

Hormis ces deux exceptions (la province du Brabant Wallon et la région de Bruxelles capitale), les proportions du core créatif, des professionnels de la création et des bohèmes sont plus ou moins équivalentes dans les provinces de Belgique.

Il est par ailleurs intéressant de constater que, après le Brabant wallon et Bruxelles, le Luxembourg est la province qui compte la plus forte concentration de core créatif, c'est-à-dire d'ingénieurs, d'architectes, de spécialistes de l'informatique, chimistes, physiciens, etc. (5,09%), tandis que Anvers est la province qui enregistre le taux le plus faible de Belgique de ces professions (3,35% de la population). Les professionnels de la création, c'est-à-dire les cadres supérieurs de l'administration publique, les spécialistes des fonctions administratives et commerciales des entreprises, les commerciaux, les juristes, etc., sont plutôt concentrés à Namur, la capitale administrative de la Wallonie (8,65%) et dans le Brabant flamand (8,14%). Les créatifs, artistes, photographes et autres bohèmes sont répartis d'une manière assez équivalente dans les provinces de Namur (0,69%), Liège (0,63%) et le Luxembourg (0,60%). Ces professions sont très peu présentes dans le Hainaut.

Concernant le Brabant Wallon, qui est périphérique à Bruxelles capitale, il s'agit de la province qui concentre proportionnellement le plus de professionnels de la création et de core créatif. Le Brabant wallon reste tout de même légèrement moins attractive que Bruxelles capitale pour les bohèmes. En effet, les écrivains, artistes, photographes et autres bohèmes représentent 1,02% de la population du Brabant wallon tandis que Bruxelles en compte 1,25% de la population.

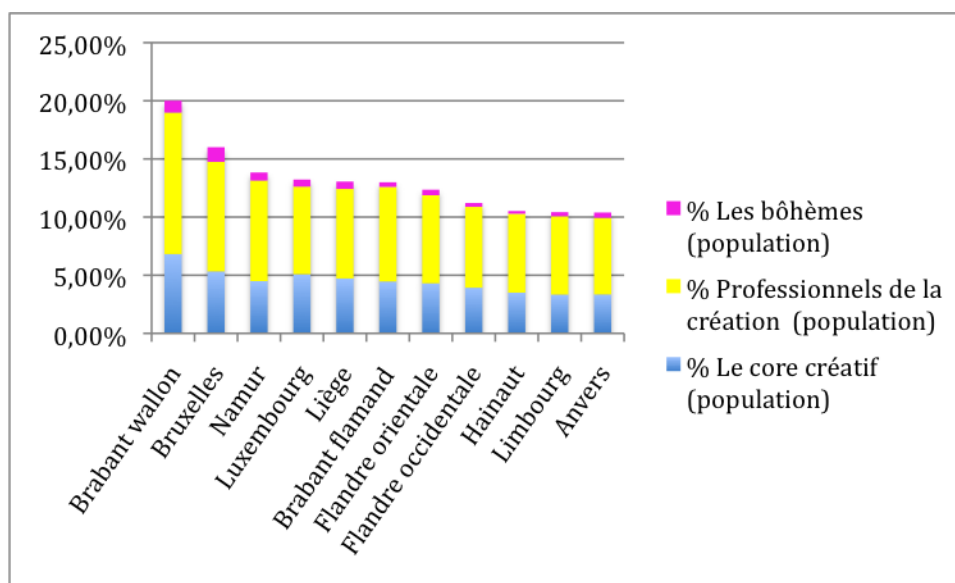


Figure 1 : Classement des provinces selon le degré de concentration des trois catégories de la classe créative

Mis à part le Brabant Wallon qui est la province la plus attractive de Belgique pour la classe créative, les provinces de Wallonie sont moins attractives que la région de Bruxelles capitale (dont 16,01% de la population exerce une profession créative). Néanmoins, les provinces Wallonnes restent plus attractives pour la classe créative que les provinces flamandes, hormis le Hainaut qui compte parmi les trois provinces les moins attractives de Belgique pour la classe créative (voir figure 1).

1.2.3 La CC en Belgique et dans d'autres pays européens

En comparaison avec les 7 pays européens qui ont fait l'objet de l'étude publiée par Boschma & Fritsch en 2009, à savoir les Pays-Bas, l'Allemagne, l'Angleterre et les pays nordiques (Suède, Danemark, Finlande et Norvège), la Belgique se situe en 4^e position, (après les Pays-Bas, l'Angleterre et le Danemark), en ce qui concerne la concentration de la classe créative (voir tableau 8).

Néanmoins, la Belgique occupe une meilleure position en ce qui concerne la concentration du core créatif et les bohèmes. En effet, la proportion du core créatif en Belgique est la plus élevée, après les Pays-Bas. La proportion des bohèmes est également élevée puisque la Belgique se place en 3^e position, après l'Angleterre et les Pays-Bas, selon ce critère.

RECHERCHE C3 - ANALYSE DES NOUVELLES FORMES DE DEVELOPPEMENT DE 17
L'ACTIVITE ECONOMIQUE ET DE LEURS LIENS AU TERRITOIRE

	Moyenne	Médiane	Minium	Maximum
% Le core créatif (population)				
Belgique	4.483	4.460	3.336	6.817
Danemark	4.303	4.239	2.998	6.422
Angleterre et Pays de Galles	4.140	3.999	2.074	8.692
Finlande	3.674	3.231	1.871	7.793
Allemagne	2.674	2.502	1.461	5.971
Pays bas	4.981	4.826	2.569	7.722
Norvège	1.200	0.984	0.217	5.279
Suède	3.845	3.447	2.624	8.682
% Professionnels de la création (population)				
Belgique	8.022	7.571	6.591	12.171
Danemark	8.462	8.406	5.952	13.479
Angleterre et Pays de Galles	11.305	10.916	6.850	20.581
Finlande	6.764	6.551	4.248	13.966
Allemagne	7.869	7.657	5.753	13.073
Pays bas	15.494	15.568	12.316	19.088
Norvège	4.575	4.125	2.590	12.616
Suède	8.687	8.541	5.853	14.354
% Les bohèmes (population)				
Belgique	0.585	0.478	0.232	0.125
Danemark	0.438	0.343	0.221	2.235
Angleterre et Pays de Galles	0.771	0.705	0.298	4.090
Finlande	0.313	0.268	0.125	1.139
Allemagne	0.337	0.290	0.121	1.240
Pays bas	0.689	0.588	0.188	2.078
Norvège	0.103	0.082	0.0	0.556
Suède	0.296	0.264	0.117	1.059
% classe créative (population)				
Belgique	13.092	12.991	10.391	20.007
Danemark	13.203	13.015	9.347	19.895
Angleterre et Pays de Galles	16.216	15.570	9.589	33.364
Finlande	10.720	9.992	6.586	22.898
Allemagne	10.880	10.479	7.356	20.284
Pays bas	21.164	21.089	15.456	26.852
Norvège	5.878	5.151	2.851	18.452
Suède	12.828	12.208	8.788	22.329
% classe créative sans Bohèmes (population)				
Belgique	12.507	12.420	9.940	18.986
Danemark	12.765	12.567	8.951	19.001
Angleterre et Pays de Galles	15.445	15.000	9.155	29.273
Finlande	10.407	9.774	6.401	21.759
Allemagne	10.543	10.189	7.214	19.044
Pays bas	20.475	20.302	15.107	25.575
Norvège	5.775	5.112	2.843	17.895
Suède	12.532	11.968	8.573	21.270

Tableau 8 : Statistiques descriptives de la concentration de la classe créative en Belgique (2011) et dans d'autres régions Européennes en (2002).

La concentration des professionnels de la création (y compris les dirigeants d'entreprises) est relativement plus faible en Belgique. En effet, la Belgique se place en 5^e position (après les Pays-Bas, l'Angleterre, la Suède et le Danemark).

En comparant les minima et les maxima obtenus dans les provinces de Belgique avec ceux obtenus dans les arrondissements des 7 pays européens, le caractère plus ou moins homogène de la répartition de la classe créative en Belgique se confirme. En effet, contrairement à des pays comme la Norvège, la Finlande ou l'Angleterre dans lesquelles une très grande différence sépare les arrondissements les plus attractifs (maximum) et les arrondissements les moins attractifs (minimum) en terme de concentration de la classe créative, la proportion des créatives dans les provinces de Belgique est plus ou moins équivalente. La Belgique est ainsi plus comparable à des pays comme les Pays-Bas ou la Suède en ce qui concerne la dispersion de la classe créative sur le territoire.

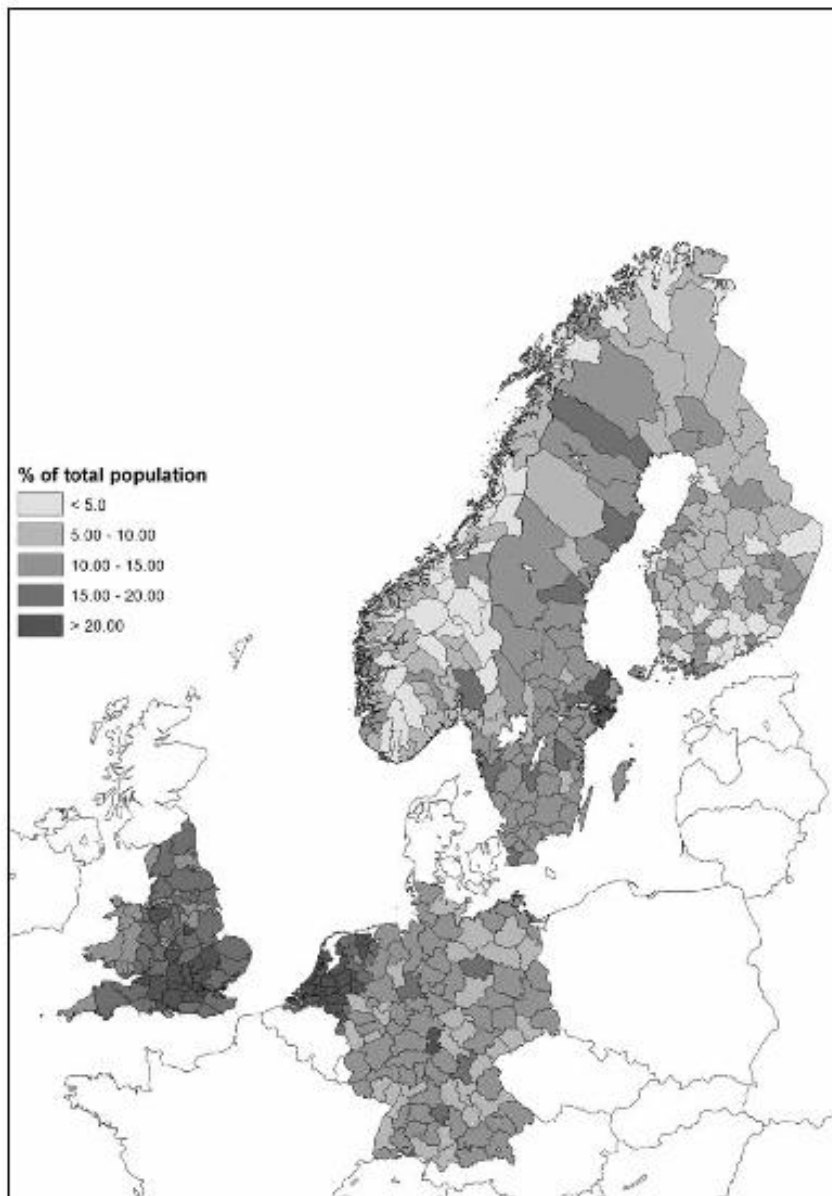


Figure 2 : Distribution spatiale de la part de la classe créative dans la population de 6 pays européens (source : Boschma & Fritsch, 2009)

En comparant la proportion de la classe créative dans les provinces de Belgique à celle constatée dans les 503 arrondissements européens qui ont fait l'objet de l'étude publiée par Boschma & Fritsch en 2009 (voir figure 2), il est constaté que les provinces de Belgique sont équivalentes à certains arrondissements Allemands, Suédois et Finlandais, qui enregistrent des taux de concentration de la classe créative entre 10 et 15% de la population. L'exception concerne la province du Brabant Wallon, qui est plutôt comparable aux arrondissements des Pays-Bas et certains arrondissements d'Angleterre qui concentrent des proportions très élevées de la classe créative (taux supérieur à 20%).

Les analyses présentées dans la présente section sont réalisées à partir des données de l'EFT. Ces données identifient la distribution de la classe créative en Belgique en référence au lieu de résidence. Des analyses supplémentaires de la répartition géographique de la classe créative seront réalisées à partir des données de l'EFT en référence au lieu de travail et du degré d'urbanisation.

1.3 LES FACTEURS FAVORABLES A LA CONCENTRATION GEOGRAPHIQUE DE LA CLASSE CREATIVE

L'intérêt de la théorie du capital créatif dans une perspective géographique réside dans l'identification des éléments territoriaux qui sont favorables à la concentration de la classe créative dans une région. En effet, selon Florida, la classe créative n'est pas uniformément répartie dans les villes et les régions, celle-ci est particulièrement attirée par certains éléments du contexte. Parmi ces éléments qui constituent des facteurs d'attractivité de la classe créative, Florida (2009) souligne principalement trois éléments (dits les « 3 T ») : (1) la Technologie, qui fait référence à l'importance du secteur High-tech dans une région ; (2) les Talents qui font référence aux individus hautement qualifiés et productifs dans une région et (3) la Tolérance, c'est-à-dire une certaine ouverture aux nouvelles idées et aux nouvelles personnes. Selon Florida, ces trois facteurs sont essentiels pour la concentration de la classe créative dans une région et chacun de ces facteurs est à la fois indispensable et insuffisant pour attirer des individus créatifs.

Parmi ces facteurs identifiés par Florida (2002), la tolérance constitue l'élément le plus original qui permet de distinguer la théorie du capital créatif par rapport à des théories plus établies telles que la théorie du capital humain (Jacobs, 1969) par exemple, qui mettait déjà en évidence l'importance des « talents » (le capital humain) et de la « technologie » pour le développement économique régional.

En extension à la théorie du capital créatif, plusieurs études ont cherché à mettre en évidence l'importance d'autres éléments du contexte, favorables à la concentration géographique de la classe créative. Ces études ont démontré par exemple l'importance de la présence d'opportunités d'emplois dans la région (Boschma & Fritsch, 2009), l'importance des activités récréatives, des services publics (Chantelot) ou plus précisément l'importance des services de soins de santé et d'enseignement (Boschma & Fritsch, 2009), l'importance d'une population de jeunes etc.

Dans la présente recherche, plusieurs éléments de contexte sont appréhendés en lien avec la concentration géographique de la classe créative en Wallonie. Il s'agit de la Technologie (1), du Talent (2) de la Tolérance (3), la présence d'opportunités d'emploi que pourrait représenter l'industrie créative pour la classe créative (4) et l'importance des services publics (5) en matière de soins de santé, d'enseignement (5.1) et d'infrastructure créative (5.2).

1.3.1 La Technologie

La Technologie fait référence aux secteurs High-tech dans une région. Selon l'institut Miken (utilisé dans les références publiées par Florida), l'industrie High-tech concerne les secteurs suivants :

Les secteurs High-Tech (Nace 2003)
Fabrication de produits pharmaceutiques et de produits chimiques et botaniques à usage médical (244)
Fabrication de machines de bureau et de matériel informatique (300)
Fabrication de composants électroniques (321)
Fabrication d'appareils d'émission, de transmission et de téléphonie (323)
Fabrication de matériel médico-chirurgical et d'orthopédie (331)
Horlogerie (335)
Construction et assemblage de véhicules automobiles (341)
Fabrication de parties et accessoires pour les véhicules automobiles et pour leurs moteurs (343)
Construction aéronautique et spatiale (353)

Tableau 9 : La liste des secteurs High-Tech

Le traitement des données de l'ONSS 2009 est en cours pour déterminer la part de l'emploi dans ces secteurs High-tech dans les provinces et les arrondissements wallons.

Ces analyses supplémentaires seront réalisées sur base de la définition proposée par EuroStat des secteurs High-tech.

1.3.2 Les Talents

Cette notion est appréhendée en référence au niveau d'éducation. Il s'agit de la part de la population qui a un niveau d'éducation élevé (diplôme d'enseignement supérieur) dans une région.

Les données sont attendues de la part de EtNIC, l'institut de statistiques de la Communauté Française Wallonie - Bruxelles.

1.3.3 La Tolérance

La notion de « tolérance » fait référence à des éléments du contexte qui permettent de créer, dans une région, un « climat » d'ouverture aux nouvelles idées et aux nouvelles personnes. Par ailleurs, si la Tolérance est la variable la plus originale dans les travaux de Florida, elle n'en reste pas moins la plus difficilement 'saisissable'.

A l'origine, la notion de tolérance était appréhendée à travers le Gay Index qui représente la part de la population gay dans une région. La définition de la notion de Tolérance a été ensuite étendue pour couvrir d'autres indicateurs tels que la présence d'une population d'origine étrangère (Melting pot Index), les bohèmes, c'est-à-dire les individus qui exercent une profession d'artiste, etc.

Dans la présente recherche, la notion de Tolérance est appréhendée selon deux éléments :

- La « diversité » qui est appréhendée selon deux index :
 - o « le « *Melting pot index* », c'est-à-dire la part de la population étrangère dans une région ;
 - o « l'index de la population active étrangère » : il s'agit de la part de l'emploi occupé par la population étrangère ;
- La « jeunesse » est appréhendée selon le « coolness index» (Chatelot 2010) qui se réfère à la part des jeunes dans la population.

1.3.4 L'industrie créative et opportunités d'emploi

L'industrie créative est souvent appréhendée comme le deuxième « versant » de l'économie créative. Il s'agit de l'ensemble des entreprises actives dans des secteurs dits « créatifs ». Cette vision de l'économie créative vient compléter la vision proposée par Florida (2002) qui est plutôt centrée sur la classe créative, c'est-à-dire les individus qui exercent une profession créative.

Dans un rapport publié en 2008 par l'agence NESTA, il est suggéré que l'économie créative concerne à la fois les individus créatifs qui sont actifs dans l'industrie créative, à la fois les individus créatifs qui travaillent en dehors de cette industrie et à la fois les individus qui exercent une profession non créative dans cette industrie. Selon ce même rapport, environ 65% des individus créatifs seraient employés dans l'industrie créative.

Ainsi, si l'industrie créative peut représenter une opportunité d'emploi pour la classe créative, elle ne peut être confondue avec celle-ci. Dans la présente recherche, l'industrie créative est appréhendée comme un élément du contexte pouvant favoriser la concentration de la classe créative dans une région. Néanmoins, l'éventualité que la présence de la classe créative dans une région soit à l'origine de la de concentration géographique de l'industrie créative, n'est pas écartée. En effet, selon Florida, les individus créatifs sont capables d'attirer de nouvelles activités économiques dans une région. En d'autres termes, ce sont les entreprises qui suivent les individus et non pas l'inverse.

Pour vérifier la direction de la causalité entre ces deux composantes de l'économie créative (la classe créative et l'industrie créatives), des régressions des doubles moindres carrés (2SLS) sont nécessaires. Néanmoins, à cause du nombre limité d'observations (11 provinces), ces analyses ne sont pas envisageables.

1.3.4.1 Délimitation de l'industrie créative

Les frontières de l'industrie créative sont difficiles à délimiter, très probablement à cause de la nouveauté du concept et sa proximité, voire même sa juxtaposition parfois, avec la notion d'industrie culturelle.

En effet, le concept « industries créatives » a été introduit pour la première fois en Grande-Bretagne en 1997 par le ministère de la Culture, des Médias et du Sport (DCMS). Dans un rapport publié en 1998, l'industrie créative est définie en référence à des secteurs d'activité « qui ont leur origine dans la créativité, l'habileté et le talent individuel et qui ont le potentiel de création de richesses et d'emplois grâce à la génération et l'exploitation de la propriété intellectuelle » (DCMS, 1998). Il s'agit de 13 secteurs d'activité : la publicité, l'architecture, l'art, les antiquités, l'artisanat (craft), le design, la mode (design fashion), Film, les logiciels interactifs de loisir, la musique, la télévision et la Radio, les arts de la scène et les logiciels.

A partir de cette première proposition, plusieurs adaptations ont été apportées pour tenir compte de l'industrie créative.

En Angleterre, un rapport publié en 2008 par l'agence NESTA propose par exemple de réduire l'industrie créative à 11 secteurs et de distinguer deux catégories : l'industrie créative (les films et vidéos, la radio et télévision, les activités sportives, culturelles et de divertissement, bibliothèques, musées et archives, les jeux interactifs, la fabrication de bijoux) et le service aux entreprises (Architecture et activités d'ingénierie, publicité, marketing et design, les médias et le web, le développement de logiciels).

- En Australie, l'industrie créative a été plus particulièrement associée aux entreprises qui produisent un contenu et des applications digitales (tels que les jeux vidéo, les sites web, la vidéo, le cinéma et la télévision numériques, les effets spéciaux, l'animation post-production, etc.). Selon la DCITA (2001) (Australie), ces applications peuvent également être produites par les secteurs des médias, de la musique, de l'architecture et du design, de l'enseignement et de la santé.

- Dans les rapports de l'OCDE, l'industrie créative est plus particulièrement associée aux entreprises qui produisent des « droits d'auteur » (*Copyright industries*) tels que les industries du livre, du film, de la musique, des programmes TV, etc. et les entreprises qui développent un contenu pour les services à large bande (content for networked Broadband services) (OCDE, 1998).

- A Harvard, Caves (2000) définit plus globalement les industries créatives en référence « aux secteurs qui fournissent des biens et des services qui peuvent être associés à une valeur culturelle, artistique ou de divertissement. Ces secteurs incluent l'industrie du livre et de la publication de magazines, les arts visuels (peinture et sculpture), l'art de la scène (théâtre, opéra, concerts, danse), l'enregistrement audio, le cinéma et films TV, la mode (fashion), les jeux et les jouets ».

Dans certaines acceptations, une distinction est réalisée entre deux sous-catégories . (Leadbeater, 1999):

- les nouveaux secteurs dits « nouvelles formes d'industries créatives », qui concernent le domaine des jeux et des multimédia interactifs ;
- les secteurs culturels plus traditionnels tels que les films ou la télévision, les arts, etc.

Depuis 2006, la commission européenne se réfère à la définition proposée par KEA, qui est un cabinet de consultance spécialisé dans la culture, la créativité, les médias et les sports. Cette définition distingue l'industrie créative, dite « Industrie Culturelle et Créative (ICC) », en deux catégories : l'industrie culturelle et l'industrie créative.

(1) L'industrie culturelle fait référence au secteur culturel industriel et au secteur non industriel :

- le secteur culturel non industriel fait référence aux industries qui produisent des biens et des services qui sont non reproductibles et qui sont destinés à être 'consommés' sur place (tels qu'un concert, une exposition, etc.)
- le secteur culturel industriel fait référence aux industries qui produisent des biens et des services qui sont destinés à une reproduction de masse et à l'export (tels que les livres, les films ou les enregistrements vidéo).

(2) L'industrie créative fait référence aux secteurs qui utilisent les productions culturelles pour proposer des produits non culturels. Il s'agit par exemple du design, de l'architecture ou de la publicité.

Dans la présente recherche, l'industrie créative est appréhendée selon la conception proposée par KEA (2006). Celle-ci a pour avantages de bien délimiter les frontières de l'industrie créative par rapport à l'industrie culturelle et de distinguer également le volet industriel, du volet non industriel des activités culturelles. Cette conceptualisation a néanmoins l'inconvénient de répertorier les secteurs d'activité culturels et créatifs selon la nomenclature NACE 2003. Des adaptations sont nécessaires pour préciser l'étendue de l'industrie créative et culturelle selon la nouvelle nomenclature NACE 2008.

1.3.4.2 Les industries culturelles et créatives en Belgique

... l'ICC en quelques chiffres

	Flandre	Bruxelles	Wallonie	Belgique
Nombre de sociétés	38.973	13.893	13.769	66.635
Emplois (ETP)	98.391	60.861	29.134	188.386
Chiffre d'affaires (milliers euros)	22.119.066	22.889.436	4.911.657	49.920.159
Valeur ajoutée (milliers euros)	9.502.056	8.282.194	2.335.504	20.119.754

Tableau 10 : L'industrie créative et culturelle en Belgique (Source : Belfirst, 2010)

Les données concernant l'industrie créative sont en cours de traitement pour une analyse de la répartition de ces industries par province et par arrondissement.

1.3.5 L'industrie du divertissement (les aménités)

La notion d'industrie du divertissement, dite également « *amenities* », fait référence aux aménités environnementales, culturelles et récréatives présentes dans une région tels que les bars, les restaurants, les salles de cinémas, les musées, les théâtres, les parcs, les pistes cyclables, etc.

Florida a effectivement démontré la superposition de la géographie de la classe créative avec la concentration de ces aménités dans une région. Ce lien est expliqué par l'intérêt de l'industrie du divertissement pour la création d'une « culture de la communauté », un « *people's climate* » et une meilleure image en termes de qualité, de dynamisme artistique et culturel, de vitalité urbaine et d'originalité de la région.

Cette notion d'aménités rejoint en quelques sortes la notion de « Economie de la nuit » introduite par Lovatt et O'Connor en 1995. Cette notion se réfère aux activités culturelles, créatives et de production de services qui ont lieu en dehors des horaires de travail et qui permettent de rendre une région attractive pour les jeunes, les étudiants et la classe créative.

Plus particulièrement dans certaines études, la notion d'aménités est identifiée en référence à l'industrie du divertissement local vs les grandes chaînes (qui s'adressent à des publics de masse et homogénéisés). Ces établissements locaux font référence aux cafés et aux restaurants locaux, aux librairies indépendantes et aux salles de cinéma, les musées d'art et les magasins de fournitures d'art et autres lieux culturels tels que les maisons de la science, les zoos, les musées historiques, et autres (Reese et al. ; 2010).

Dans la présente étude, L'industrie du divertissement (ou les aménités) est opérationnalisée en référence aux travaux de Boschma et Fritsch (2009). Une correspondance entre les codes NACE 03 retenus dans cette étude et la nouvelle nomenclature NACE 08 a permis de retenir les rubriques suivantes : Restauration (56), Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, enregistrement sonore et édition musicale (59) ; Programmation et diffusion de programmes de Radio et de télévision (60). Activités créatives artistiques et de spectacle (90) ; bibliothèque, archives, musées et autres activités culturelles (91) ; Organisation de jeux de hasard et d'argent (92) ; Activités sportives et de loisirs (93).

Sur base des données de l'ONSS 2009, la répartition de l'industrie du divertissement dans les provinces de Wallonie se présente comme suit (voir tableau n°11). Il s'agit de la part de l'emploi dans l'industrie du divertissement par rapport à la population. Des analyses sont actuellement en cours pour intégrer une dimension comparative avec les provinces de Flandre.

NACE3	NACE3_DESC	Provinces					
		Hainaut	Luxembourg	Liège	Bruxelles	Namur	Brabant Wallon
		Sum of Total	Sum of Total	Sum of Total	Sum of Total	Sum of Total	Sum of Total
56.1	Restaurants et services de res	4798	1029	5805	11169	1961	2305
56.2	Traiteurs et autres services de	593	68	428	7259	443	323
56.3	Débîts de boissons	1109	322	1506	1591	332	336
59.1	Activités cinématographiques,	190	25	207	1384	79	116
59.2	Enregistrement sonore et éditic	2	0	10	326	0	4
60.1	Diffusion de programmes radio	6	4	106	189	13	3
60.2	Programmation de télévision e	542	37	295	5140	260	33
90.0	Activités créatives, artistiques é	911	183	1610	3165	303	321
91.0	Bibliothèques, archives, musées	1160	269	1462	1801	509	200
92.0	Organisation de jeux de hasarc	77	3	171	954	306	3
93.1	Activités liées au sport	1535	183	1745	2336	375	673
93.2	Activités récréatives et de loisir	307	135	349	222	145	258
Grand Total		11230	2258	13694	35536	4726	4575
Emploi Aménités par 1000 habitant		8,6	8,5	12,9	33,3	10,1	1,3

Tableau 11 : L'industrie du divertissement dans les provinces de Wallonie et Bruxelles capitale (Source ONSS 2009)

Le classement des provinces selon le degré de concentration de l'industrie du divertissement permet de constater un écart important entre les provinces de Wallonie et Bruxelles Capitale concernant l'offre d'activités récréatives (voir Figure 3). En effet, les provinces Wallonnes ne dépassent pas 13 emplois par 1000 habitants, tandis que Bruxelles Capitale en compte plus de 33.

En classant les provinces selon le degré de concentration de l'industrie du divertissement, il est constaté que le Brabant Wallon est la province qui compte proportionnellement le moins d'opportunités de divertissement de Wallonie. En effet, ce secteur compte moins de deux emplois pour 1000 habitants contre une moyenne de 10 dans les autres provinces de Wallonie (voir figure 3). Ces résultats sont assez surprenants puisque le Brabant Wallon est la première province de Belgique en termes de concentration de la classe créative.

Hormis le Brabant Wallon, la concentration de l'industrie du divertissement est plus ou moins équivalente dans les différentes provinces de Wallonie. Parmi ces provinces, Liège se situe en tête avec près de 13 employés dans l'industrie du divertissement par 1000 habitants, suivie de Namur, du Hainaut et du Luxembourg.



Figure 3 : Classement des provinces selon le degré de concentration de l'industrie du divertissement (Source ONSS 2009)

Par ailleurs, en analysant la concentration géographique de l'industrie du divertissement selon les arrondissements, il est constaté que les provinces de Wallonie reflètent plusieurs réalités différentes (voir figure 4). En effet, une grande disparité est constatée entre les arrondissements en matière d'offre d'activités récréatives. En effet, l'industrie du divertissement dans certains arrondissements (Liège, Mouscron, Marche-en-Famenne) est jusqu'à trois fois plus importante que dans d'autres arrondissements de Wallonie (Waremme, Thuin, Philippeville et Virton).

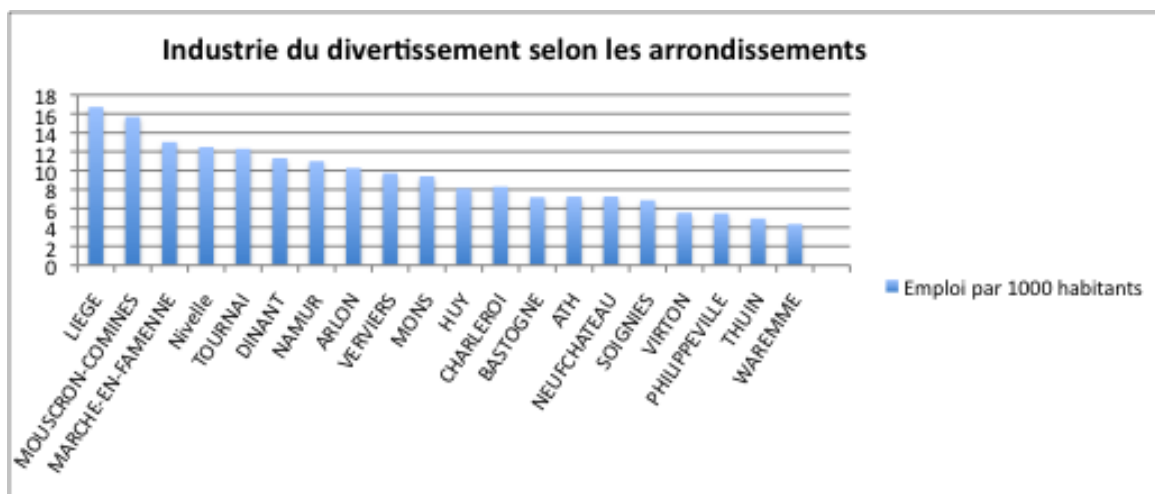


Figure 4 : Classement des arrondissements selon la concentration de l'industrie du divertissement (source ONSS 2009)

Il est également constaté une grande disparité entre les arrondissements d'une même province concernant l'offre d'activités récréatives. Le cas de la province de Liège (qui regroupe les arrondissements de Liège, Verviers, Huy et Waremme), est assez révélateur de ces disparités. En effet, tandis que l'arrondissement de Liège concentre le taux le plus élevé de Wallonie en termes d'activités récréatives, l'arrondissement de Waremme est le plus dépourvu de Wallonie concernant ces activités.

Concernant le Brabant Wallon, qui compte un seul arrondissement (Nivelles), il est constaté que comparativement à d'autres arrondissements, il ne s'agit pas de la province la plus dépourvue de la Wallonie en termes d'activités récréatives. Au contraire, Nivelles est classée en 4^e position après Liège, Mouscron et Marche-en-Famenne.

Ces grandes disparités entre les arrondissements suggèrent de recourir à des analyses complémentaires pour comprendre la répartition géographique de l'industrie du divertissement en Wallonie. Ces analyses concernent la répartition de cette industrie selon le degré d'urbanisation. Les résultats de ces analyses pourront ainsi être rapprochés à la répartition de la classe créative selon le degré d'urbanisation.

1.3.6 Les services publics

1.3.6.1 Enseignement et Soins de santé

Cet indicateur est retenu pour tenir compte de l'importance de l'effort public dans deux secteurs : la santé (code NACE 86) et l'enseignement (code NACE 85).

L'importance de ces secteurs dans les différents provinces de Wallonie et Bruxelles Capitale est appréhendée dans le tableau suivant (voir tableau 12). Il s'agit de la part de l'emploi dans ces secteurs dans la population totale.

NACE3	NACE3_DESC	Provinces					
		Hainaut	Luxembourg	Liège	Bruxelles	Namur	Brabant Wallon
85.1	Enseignement	483	153	348	806	165	143
85.2	Enseignement	14096	3404	12846	14908	4576	3776
85.3	Enseignement	22799	5700	18624	18695	8871	5467
85.4	Enseignement	2924	471	3516	10624	1125	1068
85.5	Autres activités	2	0	10	326	0	4
85.6	Activités de sc	684	252	728	449	318	122
86.1	Activités hosp	23044	3037	22451	29620	7412	4072
86.2	Activités des r	1449	211	2132	3421	626	380
86.9	Autres activités	1873	682	2040	1317	799	740
Grand Total		67354	13910	62695	80166	23892	15772
Emploi Santé-Enseignement		51,6	52,1	59,1	75,0	51,0	42,0

Tableau 12 : Les secteurs de la santé et de l'enseignement dans les provinces de Wallonie et Bruxelles capitale (Source ONSS 2009)

Le classement des provinces selon la proportion de l'emploi dans ces secteurs (voir figure 5), permet de constater que les provinces de Wallonie sont plus ou moins équivalentes en matière d'effort en soins de santé et d'enseignement. Cette offre reste par ailleurs largement inférieure à celle proposée à Bruxelles Capitale. Dans ce classement, le Brabant Wallon se situe en dernière position.

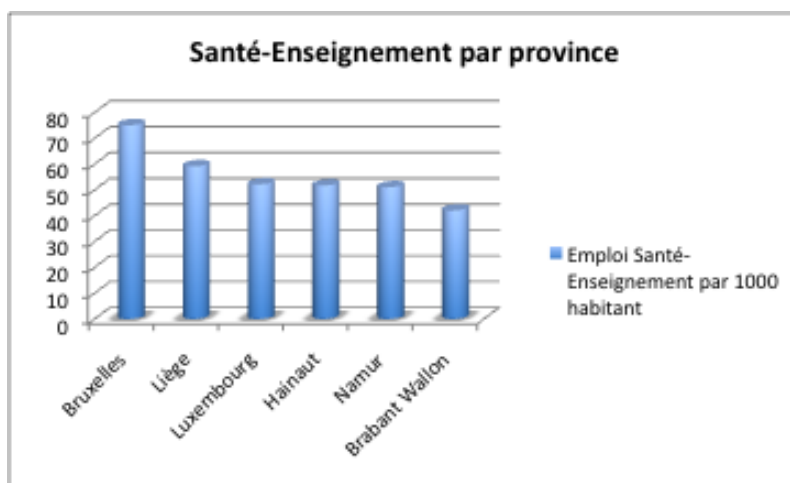


Figure 5: Classement des provinces selon l'importance des services publics (santé et enseignement)

La répartition de l'offre en matière de soins de santé et d'enseignement selon les arrondissements permet également de se rendre compte de la grande disparité entre les arrondissements concernant ces deux secteurs (voir figure 6). En effet, les secteurs de la santé et de l'enseignement sont par exemple, plus que trois fois plus importants dans l'arrondissement de Liège que dans l'arrondissement de Waremme.

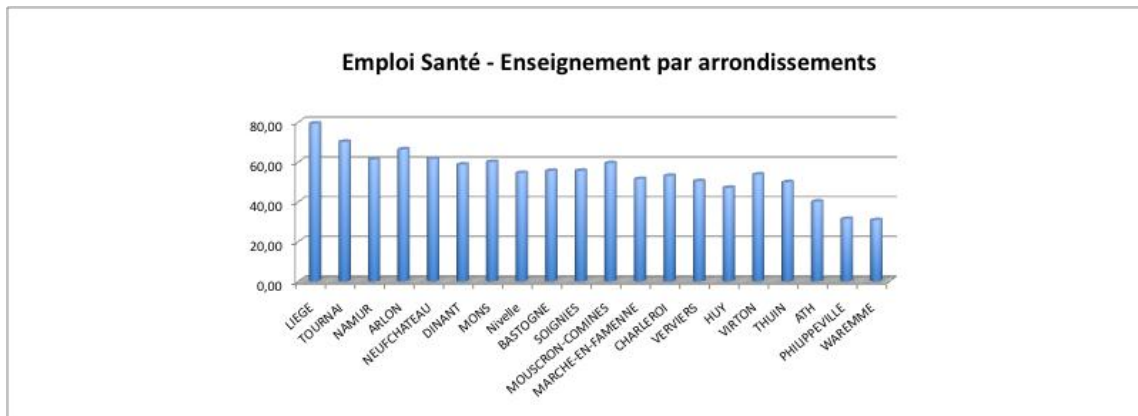


Figure 6: Classement des arrondissements selon l'importance des services publics (santé et enseignement)

Cette analyse à l'échelle des arrondissements permet également de constater que les soins de santé et l'éducation sont plus particulièrement concentrés dans des chefs lieux tels que Liège, Tournai, Namur et Arlon. Des arrondissements plus périphériques tels que Virton, Thuin, Ath, Philippeville et Waremme se classent plutôt en dernières positions.

Ce résultat vient en définitive appuyer l'intérêt de recourir à des analyses complémentaires en matière de degré d'urbanisation.

1.3.6.2 L'infrastructure créative

Afin d'encourager l'innovation et l'entrepreneuriat, les pouvoirs publics ont favorisé la création et le développement de structures permettant la formation, l'accompagnement, l'accueil et la mise en réseau des porteurs de projets de création d'entreprises ou d'innovation (individus ou entreprises). Ces structures peuvent avoir favorisé le regroupement géographique de la classe créative dans certaines régions. Ces structures publiques ou subsidiées peuvent effectivement favoriser l'attractivité des régions pour la classe créative et faciliter la mise en réseau de ces individus créatifs sur le territoire.

Dans la présente étude, deux indicateurs ont été retenus pour tenir compte du rôle de l'infrastructure créative en Wallonie :

- (1) L'infrastructure créative présente sur le territoire : il s'agit des centres d'entreprises, couveuses d'entreprises ou incubateurs, des halls relais, des espaces de co-working et autres centres de service auxiliaires subsidiés, présents dans une région ;

- (2) L'implication de l'infrastructure créative dans la mise en réseau effective de projets d'innovation : il s'agit des structures qui sont impliqués dans la mise en réseau des universités, des centres de recherches autour de projets qui s'inscrivent dans le cadre d'un cluster ou d'un pôle de compétitivité.

(1) L'infrastructure créative en Wallonie

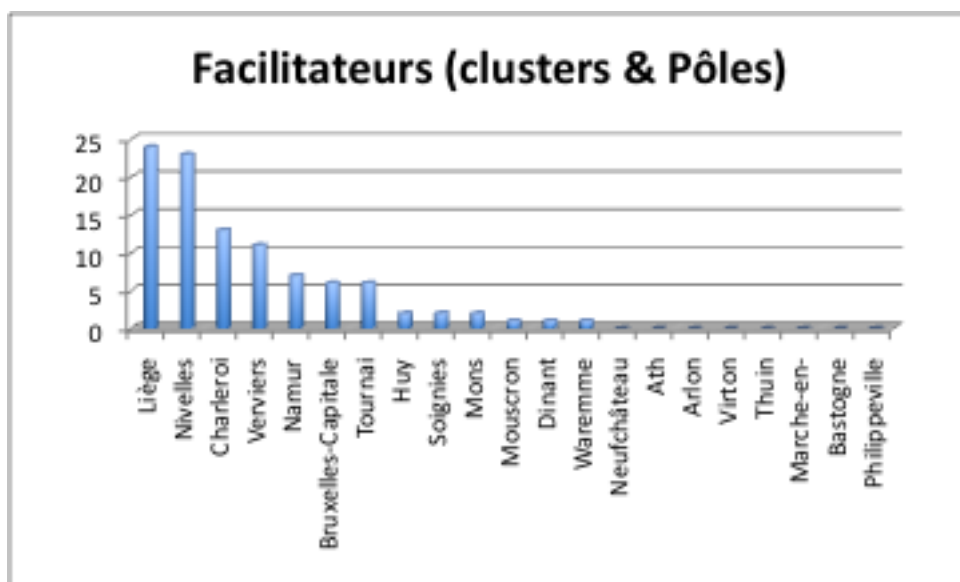
Les données concernant les halls relais, les incubateurs et les centres d'entreprises, ont été obtenues de la part de la DGO6 – DEPA et les informations concernant les centres de coworking de la part de l'AWT.

Les informations obtenues de la part de la DGO6 font état de 220 bâtiments Halls-relais, 12 centres d'entreprises et 11 centres de services auxiliaires (principalement des crèches), répartis dans différentes régions de Wallonie. Les informations concernant les centres de l'AWT indiquent la localisation géographique de 8 centres de co-working subsidiés. Ces données sont actuellement en cours de traitement pour une analyse de la concentration géographique de ces infrastructures dans les provinces et arrondissements de Wallonie.

(2) Les structures créatives impliqués dans des clusters ou pôles de compétitivité.

Il s'agit des structures publiques ou des ASBL qui jouent un rôle de « facilitateurs » dans les relations des entreprises avec les centres de recherche autour de projets d'innovation.

L'exploitation des données obtenues de la DGO 6 permet de présenter la répartition géographique² de ces structures comme suit :



² Ces analyses doivent être interprétées avec la plus grande prudence puisqu'il s'agit de valeurs absolues.

Figure 7 : Classement des arrondissements selon les centres de recherche et de Formation qui collaborent dans le cadre d'un pôles de compétitivité et/ou cluster

1.4 LES EFFETS FAVORABLES DE LA CONCENTRATION GEOGRAPHIQUE DE LA CLASSE CREATIVE EN WALLONIE

Parmi les effets favorables de la concentration géographique de la classe créative dans une région, la théorie du capital créatif (Florida) suggère plus particulièrement deux éléments : l'innovation et le développement économique régional. Dans une récente étude menée en Europe par Boschma & Fritsch (2009), la concentration de la classe créative dans une région a également été proposée comme une variable explicative du taux de création d'entreprises (l'entrepreneuriat).

Dans la présente étude, les effets favorables à la concentration géographique de la classe créative en Wallonie sont appréhendés non seulement en termes d'innovation (2), d'entrepreneuriat (3) et de développement économique régional (4), mais également en termes de « préalables à l'innovation » (1), à savoir l'existence d'une culture de « réseautage » (1.1) et d'idées et de projets d'innovation (1.2).

1.4.1 Les préalables à l'innovation

1.4.1.1 Culture de « réseautage » : les clusters et les pôles de compétitivité

La culture de « réseautage » fait référence à la part des entreprises et des centres de recherche qui collaborent, d'une manière « spontanée » (clusters) ou d'une manière « encouragée » (pôles), à des réseaux d'entreprise.

En Wallonie, parmi les entités qui s'inscrivent dans des réseaux, 941 le font d'une manière spontanée (dans le cadre de clusters) et 933 entités collaborent d'une manière « encouragée » par les pouvoirs publics dans le cadre de projets prédéfinis. Parmi ces entités, 82 collaborent à la fois dans le cadre de cluster et de projets prédéfinis dans le cadre d'un pôle de compétitivité (Source des données : DGO 6).

Les analyses sont en cours pour déterminer 1) la part des entreprises qui collaborent dans des clusters ou dans des pôles (par rapport aux entreprises présentes dans une région) et 2) le nombre des centres de recherche et de formation qui collaborent avec ces entreprises.

Néanmoins, à ce stade, des données absolues peuvent être présentées à titre indicatif.

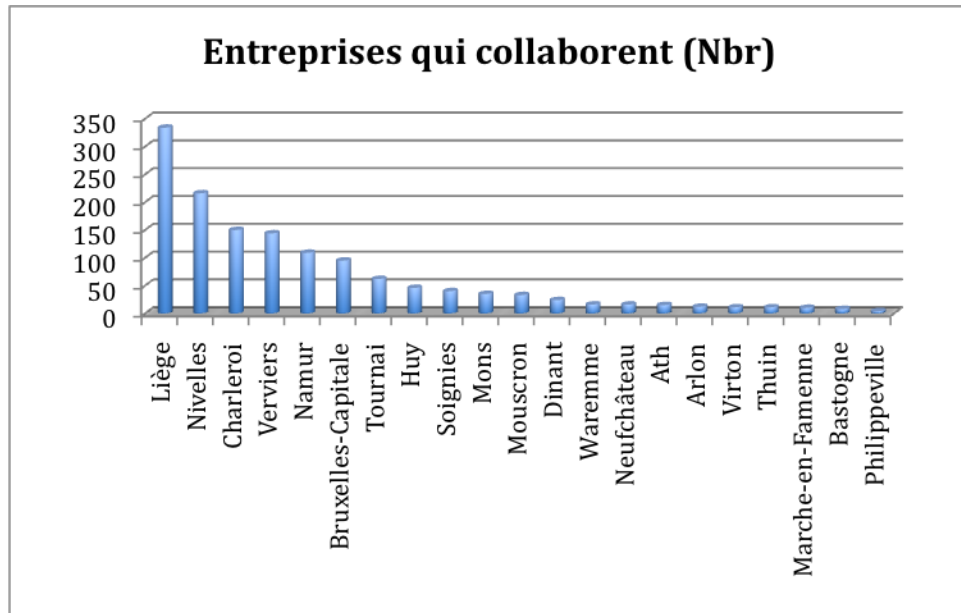


Figure 8: Classement des arrondissements selon le nombre d'entreprises qui collaborent dans le cadre d'un cluster ou d'un pôle de compétitivité

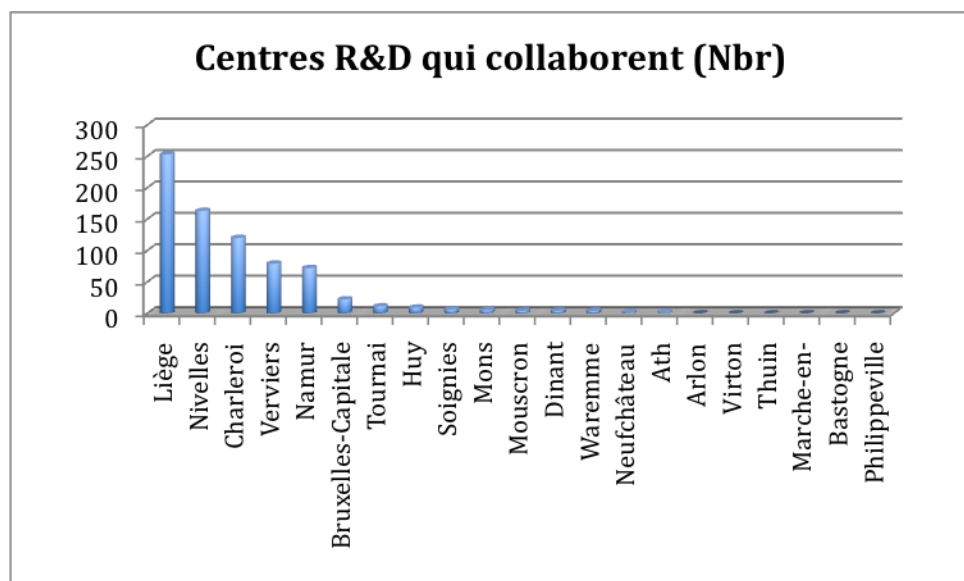


Figure 9: Classement des arrondissements selon le nombre de centre R&D qui collaborent dans le cadre d'un cluster ou d'un pôle de compétitivité

1.4.1.2 Les idées innovantes

La source d'information privilégiée pour la récolte de ces données sont les concours d'idées organisés par la Région Wallonne. Il s'agit par exemple de Boostup créative industries organisée par Wallonie Design, la Bourse de préactivité et la Bourse de l'innovation organisées par l'ASE, Cross Média organisée par Wallimage, La bourse 1,2,3 Go et autres bourses pour projets innovants.

Il s'agira de comprendre la répartition géographique des dossiers déposés en référence au lieu de résidence ou au lieu d'activité de l'entreprise participant au concours.

1.4.2 L'innovation

Les données à propos du nombre de brevets, de marques et de dessins, modèles et droits d'auteur déposés en Belgique sont disponibles auprès de Picarré. Ces données ne pourront par ailleurs pas être exploitées dans le cadre de la présente étude.

En effet, un projet de cartographie de l'innovation devait être lancé par Piccaré en 2012. Les résultats de cette étude devaient nous être communiqués en mars 2013. A l'heure actuelle, le projet n'a pas été lancé.

La notion d'innovation sera par conséquent appréhendée selon les données de l'enquête CIS (Community Innovation Statistics). Ces données sont actuellement attendues de la part de la DGO 6.

1.4.3 L'entrepreneuriat

Cet indicateur est appréhendé en référence au taux d'évolution du nombre de personnes morales (assujetties à la TVA) créées par an et par milliers d'habitants et du nombre de nouveaux indépendants par an et par milliers d'habitants dans chaque arrondissement de la région wallonne.

Parmi les sources statistiques qui reflètent le nombre d'entreprises actives en Wallonie. (Statbel qui publie le nombre d'assujettis à la TVA, la Coface Euro DB qui « croise » le nombre d'assujettis TVA avec le nombre d'inscrits au Registre du commerce, l'IWEPS qui publie le nombre de sociétés commerciales inscrites au registre du commerce, et l'ONSS qui comptabilise le nombre d'établissements du secteur privé et la centrale des bilans qui reprend les entreprises qui déposent un bilan), nous avons retenu d'utiliser les données TVA pour trois raisons :

- elles recouvrent les deux facettes de l'entrepreneuriat (personnes physiques et personnes morales) ;
- elles sont disponibles de manière exhaustive ;
- elles sont rapidement actualisables (sur une base trimestrielle ou annuelle).

Les données TVA sont actuellement attendues de la part de Statbel.

1.4.4 Le développement économique régional

Cet indicateur est appréhendé en référence au taux d'évolution de la valeur ajoutée réalisée au niveau de chaque arrondissement. Cette information a été extraite de la base de donnée Belfirst et en cours de traitement.

2. LA PROXIMITE GEOGRAPHIQUE DE LA CLASSE CREATIVE ET PROCESSUS D'INNOVATION EN WALLONIE (ETUDE QUALITATIVE)

2.1 OBJECTIF DE L'ETUDE QUALITATIVE :

L'objectif de l'étude qualitative est de mettre en évidence les proximités (géographique, cognitive, organisationnelle ou autres) privilégiées par les individus qui sont impliqués dans un projet d'innovation en région wallonne. Il s'agit plus particulièrement de comprendre le rôle de la proximité géographique de la classe créative dans un contexte où se développent de nouvelles activités productives tertiaires (activités innovantes de services aux entreprises, activités créatives...) et où de nouveaux usages professionnels sont permis par les TIC (télétravail, nomadisme professionnel, ...). Plus particulièrement, ces analyses qualitatives permettront de mettre en évidence les « outils territoriaux » qui ont favorisé le réseautage des individus dans un processus d'innovation (centres de co-working ou autres).

2.2 METHODOLOGIE

L'étude qualitative comporte trois phases :

- (1) Des réunions (sous la forme de focus groupes) avec les opérateurs et acteurs de l'innovation et la créativité (SPI+, Centres d'Entreprises et d'Innovation, incubateurs, etc.), les acteurs de l'économie de la créativité (maisons de la création, Wallonie design, structures de co-working, structures de financement, etc.) et les acteurs de l'aménagement du territoire (intercommunales). L'objectif est de:
 - faire émerger une représentation commune de ce qu'est l'innovation et la créativité du point de vue des participants. La finalité est de mettre en évidence les finalités poursuivies par les politiques de sensibilisation à l'innovation et de développement de territoires innovants.
 - identifier les attentes, les besoins et les difficultés, du point de vue des participants, pour la production et la transmission des connaissances utiles à l'innovation et plus globalement pour le développement d'un "territoire innovant".

- (2) Des interviews en face à face avec des individus qui s'inscrivent dans un processus d'innovation selon la définition retenue lors des réunions avec les opérateurs et acteurs économiques. L'objectif est de mettre en évidence
 - les sources de connaissances qui ont été à la base de l'innovation: le core créatif (le personnel universitaire, ingénieurs, architectes, etc.), les professionnels de la création (dirigeants d'entreprises, cadres supérieurs, etc.), les bohèmes (artistes, photographes, etc.), ou autres.
 - Les formes de proximités (géographique, cognitive, organisationnelle ou autres) que les porteurs de projets innovants ont privilégié pour des collaborations;
 - les voies privilégiées pour le partage de l'information dans le cadre de

- projets d'innovation (réunions formelles, rencontres informelles, conférences ou autres.) ;
- les préférences des individus inscrits dans un processus d'innovation en termes de choix de localisation (importance du climat de tolérance, d'une politique de protection de la propriété intellectuelle, de la présence d'un esprit collaboratif, proximité des métropoles, mobilité, etc.). Il s'agit de mettre en évidence les contextes favorables à l'innovation.
 - Les comportements des porteurs de projets innovants en terme de mobilité et d'usage professionnel (télétravail, collaborations dans des espaces de travail partagés, etc.). L'objectif est de comprendre en quoi le développement d'un territoire innovant est-il menacé ou au contraire favorisé par le développement de nouvelles méthodes de travail facilitées par les TIC (télétravail, nomadisme professionnel, travail collaboratif à distance, etc.).
- (3) Une dernière réunions (sous la forme d'un focus group « miroir »), qui a pour objectif de réfléchir aux implications de l'étude qualitative en matière de développement territorial. Ce focus group réunira principalement les acteurs de l'aménagement du territoire (intercommunales) et des chercheurs dans le domaine du développement territorial.

2.3 ETAT D'AVANCEMENT ET PREMIERS RESULTATS

2.3.1 Les réunions avec les opérateurs économiques Wallons

Parmi les 41 opérateurs sollicités pour participer aux réunions (voir tableau 13), la moitié ont répondu favorablement à cette demande. Les opérateurs de l'aménagement du territoire et les acteurs du secteur de la créativité sont ceux auprès desquels notre étude à eu le plus d'écho (7 opérateurs parmi 9 ont participé aux focus groups). Les opérateurs d'animation économique et sociale ont marqué un peu moins d'intérêt pour l'étude (moins de la moitié ont accepté de participer aux focus groups), tandis qu'aucune réponse favorable n'a été obtenue des centres de co-working sollicités.

Opérateurs sollicités			
		Liege-Namur- LLN - Lux	Charleroi - Mons - Nivelles - Bxl
Animation économique et Sle	15	8	7
Aménagement du territoire	9	4	5
Créativité	9	5	4
Co-working	8	4	4
Total	41	21	20
Participants aux focus group			
		Liege-Namur- LLN - Lux	Charleroi - Mons - Nivelles - Bxl
Animation économique et Sle	7	6	1
Aménagement du territoire	7	2	5
Créativité	7	4	3
Co-working	0	0	0
Total	21	12	9
Participants	22	14	8

Tableau 13 : Les participants aux focus groups.

En tenant compte des disponibilités des personnes intéressées, trois focus groups ont été organisés : les deux premiers à Liège (les 20 et 27 juin) et le dernier à Mons (le 11 juillet).

2.3.2 La notion d'innovation dans une dimension territoriale

L'une des thématiques abordée pendant les réunions avec les opérateurs d'animation économique en Wallonie a concerné la notion d'innovation.

En effet, l'innovation est de plus en plus identifiée comme un moteur de compétitivité des régions et de développement économique régional mais cette notion reste largement discutée aussi bien dans les travaux théoriques que dans la pratique de l'accompagnement des processus d'innovation.

A l'unanimité, les participants à ces focus groups ont reconnu la complexité de la thématique et la difficulté d'établir des critères permettant de cerner la notion d'innovation. Pourtant beaucoup ont admis l'importance d'établir des indicateurs communs pour appréhender cette notion.

Lors des focus groups et au fur et à mesure des discussions, des divergences sont effectivement apparues dans la représentation des participants à propos de la notion d'innovation. La synthèse de ces différences a permis de préciser : (1) les caractéristiques du processus d'innovation, (2) les finalités de ce processus, et (3) les éléments constitutifs du milieu et du contexte favorable à l'innovation. Cette synthèse a permis également de proposer (4) une première représentation schématique de la notion d'innovation dans une vision globale qui tient compte du rôle du milieu et des conditions territoriales.

2.3.2.1 Les caractéristiques du processus d'innovation

Les éléments de discussion à propos de la notion d'innovation ont concerné les éléments suivants :

- La nature et l'étendue de la « nouveauté » apportée (radicale ou incrémentale)
- Les types de « nouveautés » apportées
- L'importance du secteur pour déterminer le caractère innovant du projet

a) La nature et l'étendue de « la nouveauté » qui est au cœur des processus d'innovation

Les principales caractéristiques du processus d'innovation, citées par la majorité des participants aux focus groups, sont la « nouveauté et l'originalité ». En effet, une innovation doit apporter une nouveauté, comporter une originalité, un élément de différenciation par rapport à ce qui existe déjà. L'un des participants précisera que cette différenciation est destinée à créer un avantage compétitif.

Cette nouveauté n'est pas nécessairement une nouveauté au monde, ni une rupture par rapport à ce qui existe déjà, mais simplement une nouveauté par rapport au marché (ou à la communauté) à laquelle l'innovation s'adresse (exemple de la sauce Harissa pour le marché belge).

L'innovation ne se limite pas à l'innovation radicale qui peut avoir un impact significatif sur le marché ou sur l'activité économique globale (telles que l'introduction d'internet, la découverte d'une nouvelle molécule, ou autres). L'innovation peut concerner les innovations incrémentales ou progressives qui permettent entre autres la diffusion ou l'exploitation des innovations radicales.

b) Les types de « nouveauté »

Selon les participants aux focus groups, l'innovation peut concerner :

- le développement de nouveaux produits, services ou nouveaux concepts (« innovations produit ou service »). Ces produits ou services peuvent être à haut ou à faible contenu technologique;
- la mise en place de nouveaux processus de fabrication qui permettent l'amélioration de produits, de concepts ou de projets connus ou traditionnels (« innovations procédés»), tels que la fabrication d'un ipad avec d'autres composants par exemple ;
- la mise en place de nouvelles méthodes d'organisation, de marketing ou de commercialisation, de réalisation du business plan, etc. (« innovations méthodologiques ») ;

c) Processus d'innovation ou secteurs innovants ?

Une discussion a animé les participants au premier focus group concernant le lien pouvant être établi entre l'innovation et certains secteurs d'activités (le secteur des TIC, biotechnologie, secteur artistique, culturel, etc.). Peut-on considérer que tout projet dans certains secteurs est « par nature » innovant ? Peut-on considérer par exemple que le critère de la « nouveauté » est respecté quelque soit le projet artistique ou culturel (puisque un spectacle par exemple est forcément nouveau par rapport à ce qui existe déjà) ?

La discussion au sein du premier focus group a permis de conclure que tout projet dans le secteur artistique, tout spectacle n'est innovant que lorsqu'il intègre une nouveauté ou une originalité par rapport à ce qui existe déjà (tel que le cirque du soleil par exemple, qui a réussi à se différencier par rapport aux cirques et autres activités culturelles concurrentes).

2.3.2.2 La finalité des processus d'innovation

La « création de valeur » a été identifiée par tous les participants aux focus groups comme étant le résultat attendu des processus d'innovation. La discussion entre les participants aux focus groups a par ailleurs concerné deux éléments :

- La nature de la plus-value attendue des processus d'innovation
- Les bénéficiaires de cette plus-value

a) La nature de la plus-value qui constitue une finalité des processus d'innovation

L'innovation est une invention qui a été mise en œuvre pour la création d'une plus-value. L'un des participants précisera que tant qu'il n'y aura pas de création de valeur, on ne pourra pas parler d'innovation mais plutôt d'invention

Néanmoins, un grand débat a concerné la 'nature' de la plus-value attendue des processus d'innovation. A ce propos, deux points de vue se sont croisés :

- La finalité des processus d'innovation est exclusivement la création d'une valeur commerciale (un prix supérieur au coût de revient) ;
- La finalité des processus d'innovation peut également inclure la création d'une valeur sociale, même à caractère non commercial (un bien-être sociétal par exemple).

Tandis que le premier focus group a retenu une acceptation assez large de la plus-value attendue des processus d'innovation (une plus-value commerciale, sociétale ou autre), les deux derniers focus groups ont limité la finalité des processus d'innovation à la création d'une plus-value commerciale. Une participante qui partage ce point de vue précisera que ;

« Une innovation doit pouvoir être rentable c'est-à-dire être vendue pour dégager un prix supérieur au coût de production ».

L'argument avancé par les participants à ces deux derniers focus groups est que la région wallonne gagnerait (vu son déficit de croissance et les objectifs qu'elle s'est fixée à l'horizon 2020), à se focaliser sur une finalité économique. Le développement social de la région et les innovations qui ont des finalités non commerciales sont plutôt considérées comme des **facteurs indirects de développement économique d'une région**.

Le développement social de la région est effectivement identifié comme un facteur favorable au développement économique régional et non pas comme une finalité aux processus d'innovation.

C'est ainsi qu'une participante au troisième focus group précisera :

« Il est évident que quelqu'un qui se sent bien dans une région est source potentielle d'innovation. Il ne faut cependant pas perdre de vue que la finalité recherchée est la création d'une plus value commerciale (quelque chose qui peut se monnayer et qui peut avoir une plus value financière) ».

Selon certains participants, la finalité des processus d'innovation peut être, en plus de la création d'une plus-value marchande, orientée vers la création d'une valeur sociétale, environnementale et/ou culturelle.

b) Les bénéficiaires de la plus-value attendue des processus d'innovation

En retenant comme finalité aux processus d'innovation la création d'une plus-value commerciale, un deuxième débat a porté sur les bénéficiaires de cette plus-value. La finalité du processus d'innovation peut-elle se résumer à la création d'une plus-value qui profite à l'agent économique qui initie ou qui met en œuvre l'innovation (le porteur de projet ou l'entreprise) ? ou doit-elle profiter, par la même occasion, à d'autres parties prenantes au projet d'innovation (des employés, des bénéficiaires ou clients, des partenaires ou plus globalement, la communauté) ?

Selon les participants au deuxième focus group, la finalité de l'innovation ne peut se limiter à créer une plus-value commerciale à **l'agent économique** qui l'initie ou qui la met en œuvre. Une innovation doit **également** profiter à des parties prenantes du processus d'innovation telles que les employés (à travers la création ou le maintien de l'emploi par exemple), les clients (grâce à la réduction des coûts par exemple) ou plus globalement à la communauté. En profitant aux parties prenantes du projet, l'innovation permettra la création d'une plus-value commerciale continue dans le temps et assurera ainsi une certaine pérennité au projet d'innovation.

Selon les participants au troisième focus group, il est possible que la création de valeur commerciale ne concerne pas l'agent économique qui initie ou qui met en œuvre le projet d'innovation. L'innovation peut effectivement avoir pour finalité la création d'une valeur commerciale directe aux parties prenantes au projet d'innovation (tels que des employés ou la communauté), sans avoir de retombées commerciales pour le porteur de projet d'innovation. C'est le cas par exemple du microcrédit (ou autres formes de financement solidaire) qui permet la création d'une plus value commerciale aux bénéficiaires du service, sans avoir pour finalité la création de richesse pour l'initiateur du projet.

En croisant ces deux éléments qui ont fait l'objet d'un débat entre les participants aux focus groups à propos de la finalité du processus d'innovation (la 'nature' de la plus-value attendue et les bénéficiaires de cette plus-value), plusieurs formes d'innovation peuvent être distinguées (voir tableau 14 ci-après).

		Agent économique (porteur de projet ou entreprise)		
		Pas de P-V	P-V non Com.	P-V Com.
Parties prenantes (employés – clients – partenaires – communauté)	Pas de P-V	Invention	Invention	Innovation commerciale 'ponctuelle'
	P-V non Com.	Innovation non commerciale à finalité sociale ou culturelle	Innovation non commerciale à finalité sociale ou culturelle	Innovation commerciale à finalité sociale
	P-V Com.	Innovation commerciale à finalité sociale	Innovation commerciale à finalité sociale	Innovation commerciale à finalité économique

Tableau 14 : Formes d'innovation selon la nature et les bénéficiaires de la plus-value créée

Selon les participants aux deux derniers focus groups, seules les innovations « commerciales » (quadrants grisés) peuvent être considérés comme des moteurs directs de développement économique régional. Les autres 'formes' d'innovation (qui ne permettent pas la création d'une plus-value commerciale, ni au porteur de projet ni aux parties prenantes au projet) sont des **moteurs indirects** de développement économique. En effet, ces inventions ou innovations non commerciales à finalités sociale ou culturelle pourraient favoriser la créativité, un sentiment de bien-être sociétal et une ouverture d'esprit, utiles à l'émergence des innovations à caractère commercial.

Ces innovations non commerciales peuvent également constituer une source ou la BASE d'une innovation commerciale. L'une des participants aux troisième focus group précisera à ce propos :

« Il ne faut pas ignorer les projets créatifs purs, car même s'ils ne sont pas destinés à créer une plus value commerciale (la finalité recherchée des processus d'innovation), avec un accompagnement adéquat, ces projets d'innovation non commerciaux pourraient être amenés à créer une plus value commerciale ».

2.3.2.3 Les éléments constitutifs du milieu et du contexte favorable à l'innovation

Parmi les éléments constitutifs du milieu innovateur, les participants aux focus groups ont identifié plusieurs facteurs qui peuvent être regroupés en 2 catégories :

- Les facteurs qui permettent la formation et l'attrait sur le territoire d'individus « innovateurs », capables d'initier et de mettre en œuvre des projets d'innovation ;
- Les facteurs qui permettent d'attirer ces individus sur le territoire ;
- Les facteurs qui permettent la mise en réseau de ces individus sur le territoire

a) La formation d'individus « innovateurs »

Parmi les facteurs favorables à la formation des individus innovateurs, les participants aux focus group ont cité les universités, les centres de formation spécialisés, etc. Les attentes par rapport à ces structures de formation sont autant la maîtrise de savoir-faire techniques que le développement de la créativité, nécessaire pour initier des projets d'innovation et le développement de compétences commerciales et organisationnelles, indispensables pour la mise sur le marché de l'invention.

Plus particulièrement concernant le développement de la créativité, les participants aux focus groups ont cité plusieurs facteurs favorables tels que l'offre culturelle par exemple mais également, les inventions et les innovations sociales, humanitaires, pédagogiques ou sociales. Ces formes d'innovation non commerciales qui profitent aux parties prenantes au projet d'innovation peuvent effectivement créer un contexte favorable au développement de nouvelles idées à finalité commerciale.

b) L'attrait d'individus « innovateurs » sur le territoire

Les participants au premier focus group ont insisté sur la capacité du milieu à attirer et à retenir des compétences commerciales et organisationnelles capables de mettre sur le marché des projets d'innovation à finalité commerciale (Profil de Business Development Managers).

c) La mise en réseau d'individus « innovateurs » sur le territoire

Les participants au premier focus group ont insisté sur l'importance de faire rencontrer des individus d'horizons différents : des créatifs, des inventeurs et des personnes ayant des sphères sociocognitives différentes (ingénieurs, artistes, psychologues, IT, etc.) pour l'échange et le partage d'informations et de connaissances utiles à l'innovation.

Les participants aux focus groups ont insisté sur l'importance de favoriser la proximité géographique des entreprises et de mettre en réseau des entreprises, des centres de recherches et des universités et d'encourager des projets collaboratifs.

Les participants aux focus groups ont également mis en évidence, au delà des éléments constitutifs du contexte favorable à l'innovation, l'importance de la « dynamique » du milieu. C'est autant la présence des acteurs sociaux, économiques et culturels favorables aux processus d'innovation (entreprises, centres de recherche, structures d'accompagnement, etc.) qui importe, que leur capacité à interagir.

Plus particulièrement, les participants au deuxième focus group ont insisté sur l'importance de la cohérence et de la convergence des acteurs présents sur le territoire pour la réalisation d'objectifs communs et partagés par tous.

2.3.2.4 Une représentation de la notion d'innovation

La synthèse des débats entre les participants aux focus groups à propos des caractéristiques du processus d'innovation, des finalités attendues de ces processus et des caractéristiques du milieu innovateur, la notion d'innovation peut être représentée, dans une dimension territoriale, comme suit :

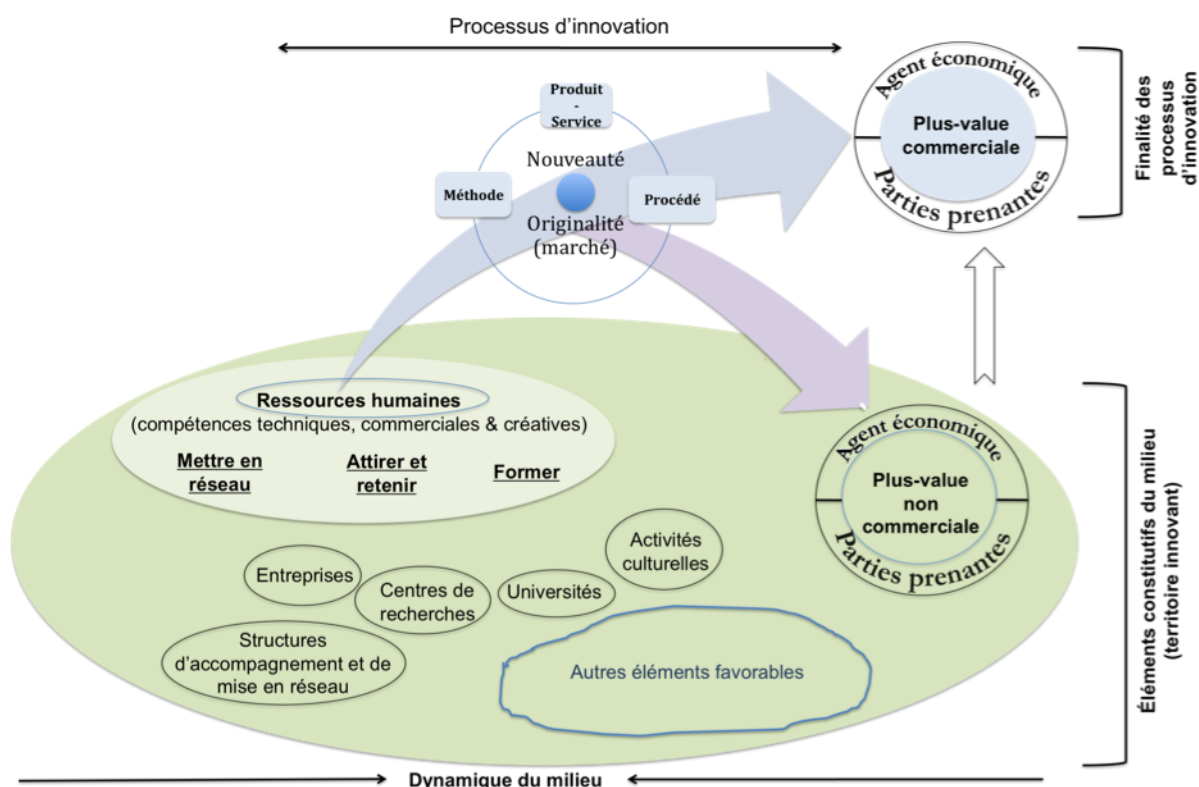


Figure 10: Représentation de la notion d'innovation dans une perspective territoriale

Cette représentation place la nouveauté et l'originalité apportée au marché au cœur des processus d'innovation. Cette nouveauté peut concerner le développement de nouveaux produits ou services, la mise en place de nouveaux procédés de fabrication, de nouvelles méthodes d'organisation, de distribution ou de commercialisation.

La finalité attendue des processus d'innovation est, sans équivoque, la création d'une plus-value commerciale pour les agents économiques qui mettent en place le projet d'innovation mais également pour d'autres parties prenantes du projet (les clients, les employés ou plus globalement la communauté). Les processus d'innovation qui permettent la création d'une plus-value non commerciale (bien-être sociétale, une plus-value culturelle, ect.) sont identifiés comme des éléments constitutifs du contexte favorable à l'innovation commerciale.

Parmi les autres éléments constitutifs du milieu innovateur, les participants aux focus group ont cité des structures telles que les universités, écoles de formation, centres de recherche, structures d'accompagnement, etc. Par ailleurs, au-delà de l'importance des ces éléments, les participants aux focus groups ont insisté sur la dynamique du milieu et sur l'importance de la cohérence et de la cohésion des acteurs présents sur le territoire.

2.3.3 Les interviews avec les porteurs de projets innovants

A partir d'une définition partagée de la notion d'innovation, les participants aux focus groups ont été sollicités pour identifier des porteurs de projet d'innovation présents en Wallonie.

A l'heure actuelle, 45 porteurs de projets d'innovation ont été recommandés par différents partenaires (tels que le CEEI de Liège (CiDE-SOCRAN), le CEEI de Louvain la Neuve (IDEE), l'ASBL Innovatech, l'intercommunale du Brabant Wallon (IBW), l'incubateur de Liège (WSL), l'intercommunale de Namur (BEP), etc). Parmi ces porteurs de projet, 30 ont été contactés pour convenir d'une entrevue. A l'heure actuelle, 21 porteurs de projet ont répondu positivement à notre demande et 9 sont en cours.

Les entretiens sont en cours. 20 entretiens ont été réalisés avec des porteurs de projets d'innovation présents dans les 5 provinces de Wallonie (voir tableau 15). Chaque entretien a duré plus ou moins deux heures et a été enregistré. Ces entretiens sont en cours de retranscription.

		Hainaut	Luxembourg	Liège	Brabant	Namur
Entretiens	20	4	3	6	5	2
Rendez-vous pris	1	0	1	0	0	0
Contacts en cours	9	2	2	0	1	4
Total	30	6	6	6	6	6

Tableau 15: Répartition géographique des interviews menées et des contacts en cours.

Les personnes interrogées ont pour la plupart créé leur entreprise à partir d'un projet innovant. Un seul des personnes rencontrées a repris une entreprise existante.

Les dates de création ou de reprise de l'entreprise sont récentes (6 ans maximum) et aucune entreprise n'emploi plus de 20 employés.

La plupart des personnes interrogées ont un diplôme d'enseignement supérieur et ont exercé une profession créative (principalement en tant qu'ingénieur civil ou ingénieur commercial).

Les entreprises créées ou reprises sont des petites structures qui occupent moins de 50 employés. Les fondateurs y occupent toujours un rôle important dans le développement de nouveaux projets d'innovation.