

Gestion des actifs immatériels, croissance et compétitivité dans les industries culturelles et créatives

Présentation des conclusions de l'étude

- **Organisation générale de l'étude**
- **Enjeux**
- **Recommandations d'AKOYA Consulting**

- **Organisation générale de l'étude**
- Enjeux
- Recommandations d'AKOYA Consulting

2 constats, 1 objectif

L'Etat veut mieux connaître les actifs immatériels des ICC, base de leur compétitivité

Les ICC occupent une part de plus en plus importante de la création de valeur en France

- 4% de la population active française
- 5% de la valeur ajoutée française (95 Mds €)
- 3^{ème} rang européen en termes de valeur ajoutée créée par les ICC
- 7^{ème} exportateur mondial de biens créatifs (4^{ème} pays européen)
- Le développement des ICC est très lié à celui des NTIC, lui même en plein essor
- Sur un plan mondial, la force compétitive de la France n'est plus sur les industries traditionnelles

Le capital immatériel joue un rôle majeur dans le processus de création des industries culturelles et créatives

- Les ICC sont fondées sur la créativité
- De la création à la consommation, la chaîne de valeur de la création repose essentiellement sur des actifs immatériels :
 - Talent des créateurs
 - Connaissance du secteur
 - Environnement propice à la création
 - Marque
 - Outils informatiques
 - Qualité du réseau de fournisseurs
 - Etc.

En étudiant les actifs immatériels des ICC, l'Etat par l'intermédiaire du PIPAME se donne les moyens de comprendre les leviers de création de valeur et de compétitivité dont ces industries disposent

Périmètre de l'étude

3 secteurs complémentaires

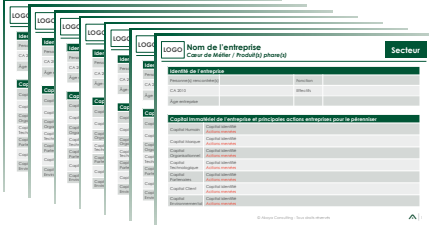
	Architecture	Design Textile	Jeu Vidéo
Légitimité culturelle	Forte légitimité culturelle de la France dans ces domaines		
Leviers d'innovation	Innovation marketing		Innovation technologique
Dispositifs d'aide	« services »	« industriel »	« numérique »
Nombre d'actifs	env. 30 000	env. 1 500	env. 4 000
Structure	plus de 50 % des cabinets n'emploient aucun salarié	indépendant free-lance en majorité	plus de 50 % des entreprises ont moins de 10 salariés

Méthodologie de l'étude

4 étapes autour des 10 actifs immatériels

I. Entretiens en France

- 40 professionnels
- 20 experts



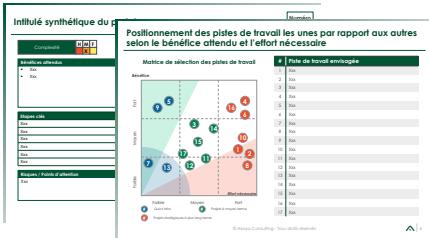
II. Benchmark International

- 1 pays référent par secteur étudié



IV. Recommandations

- 5 axes
- 9 recommandations



Méthodologie de l'Immatriel 10 actifs étudiés	
Humain	Organisationnel
Savoir	SI
Client	Marque
Fournisseur	Actionnaires
Environnemental	Sociétal

III. Enjeux

- 11 transverses
- 8 sectoriels

AR	✓	
DT	✓	
JV	✓	

- Organisation générale de l'étude
- **Enjeux**
- Recommandations d'AKOYA Consulting

Synthèse enjeux transverses relevés au cours des volets 1 et 2

6 à forte criticité et 5 à criticité moyenne

CAPITAL HUMAIN	Compétences managériales	Forte
	Internationalité de l'équipe	Moyenne
	Flexibilité, travail en mode projet	Forte
CAPITAL SAVOIR	Connaissances spécifiques	Moyenne
	Propriété intellectuelle	Forte
	Création et innovation	Moyenne
CAPITAL CLIENT	Diversification de la base client	Forte
	Relation client	Forte
CAPITAL PARTENAIRES	Collaboration et réseaux	Forte
CAPITAL SI	Coût des licences	Moyenne
CAPITAL ENVIRONNEMENTAL	Impact de l'emplacement	Moyenne

Synthèse enjeux sectoriels relevés au cours des volets 1 et 2

4 à forte criticité, 2 à criticité moyenne et 2 à criticité faible

CAPITAL HUMAIN	Architecture	Compétences techniques	Forte
	Jeu Vidéo	Recrutement	Forte
CAPITAL MARQUE	Architecture	Identité et Pérennité	Forte
	Design Textile	Notoriété et réputation	Moyenne
	Jeu Vidéo	Stratégie de marque	Faible
CAPITAL SI	Design Textile	Intégration et compétitivité	Faible
CAPITAL ACTIONNAIRES	Jeu Vidéo	Investisseurs	Moyenne
CAPITAL ENVIRONNEMENTAL	Architecture	Règlements et concours	Forte

- Organisation générale de l'étude
- Enjeux
- **Recommandations d'AKOYA Consulting**

5 Axes de recommandations

Promotion, Formation, Financements, Réseaux et Stratégie

- **Axe I : Promouvoir les ICC en France et à l'international**
- **Axe II : Améliorer la formation initiale et faciliter le début de carrière**
- **Axe III : Soutenir la croissance des ICC par les financements public et privé**
- **Axe IV : Favoriser la collaboration et les partenariats Intra et Extra ICC**
- **Axe V : Accompagner les entreprises des ICC dans leur stratégie**

Promotion des ICC en France et à l'international

Information en France et promotion de la marque France

I.1 Améliorer l'information sur les ICC en France

Constituer une **task-force interministérielle** dédiée aux ICC

Elaborer un **cadre français souple de référence des ICC**

Soutenir les **démarches de promotion et d'information** engagées par chaque métier

Soutenir l'ensemble des démarches de **l'Atelier Français**

Poursuivre l'étude de la **gestion des actifs immatériels** par ces industries

I.2 Optimiser la valorisation de la marque France

Appuyer les prix permettant de mettre en avant la création française

Consolider les réflexions sur la marque « **Made In France** » ou « **Designed in France** »

Consolider le travail de **représentation** des entreprises des ICC françaises dans les **salons internationaux**

Soutenir et encourager la **représentation** des ICC Fr **auprès des instances européennes**

Formation initiale et début de carrière

Employabilité, information et internationalisation

II.1

Renforcer l'employabilité des jeunes diplômés

Allonger la **durée d'expériences diversifiées** des étudiants des écoles de création

Généraliser l'organisation de **forums métiers**

Augmenter la proportion de **cours de management et d'entrepreneuriat**

II.2

Améliorer la qualité des informations fournies par les écoles

Harmoniser et généraliser la **publication d'indicateurs par les écoles de création**

II.3

Renforcer l'internatio - nalisation

Développer davantage la pratique des **semestres à l'étranger** dans les écoles

Promotion de l'utilisation du **VIE** au sein des ICC (y compris ceux partagés entre entreprises)

Financements publics et privés

Investissements privés et fiscalité

III.1 Accroître les soutiens financiers privés

Améliorer l'**information sur les dispositifs** d'aide et de soutien à destination des entreprises

Etendre le champ d'action des **FCPI** aux ICC / **Mise en place de FCP Création**

Analyser et étendre les champs d'action de l'**IFCIC**

III.2 Faire évoluer la fiscalité des ICC

Promouvoir les **pratiques d'évaluation des crédits d'impôts** accordés

Etudier les possibilités d'**amélioration de l'efficacité des crédits d'impôts** accordés

Définir de **nouvelles règles d'octroi** des crédits d'impôts favorisant la création

Collaboration et partenariats

Echanges entre entreprises

IV.1 Favoriser la collaboration et les partenariats Intra et Extra ICC

Créer un **espace de coworking** dédié aux ICC

Créer un **incubateur dédié aux ICC**

Etudier le phénomène et les apports des **structures coopératives** (y compris les **CAE**) et développer la visibilité de ces dispositifs

Favoriser **l'interclustering**

Favoriser les **liens entre clusters et pôles de compétitivité**

Accompagnement de la stratégie

Guide pédagogique et pratiques commerciales

V.1 Accompagner les entreprises des ICC dans leur stratégie

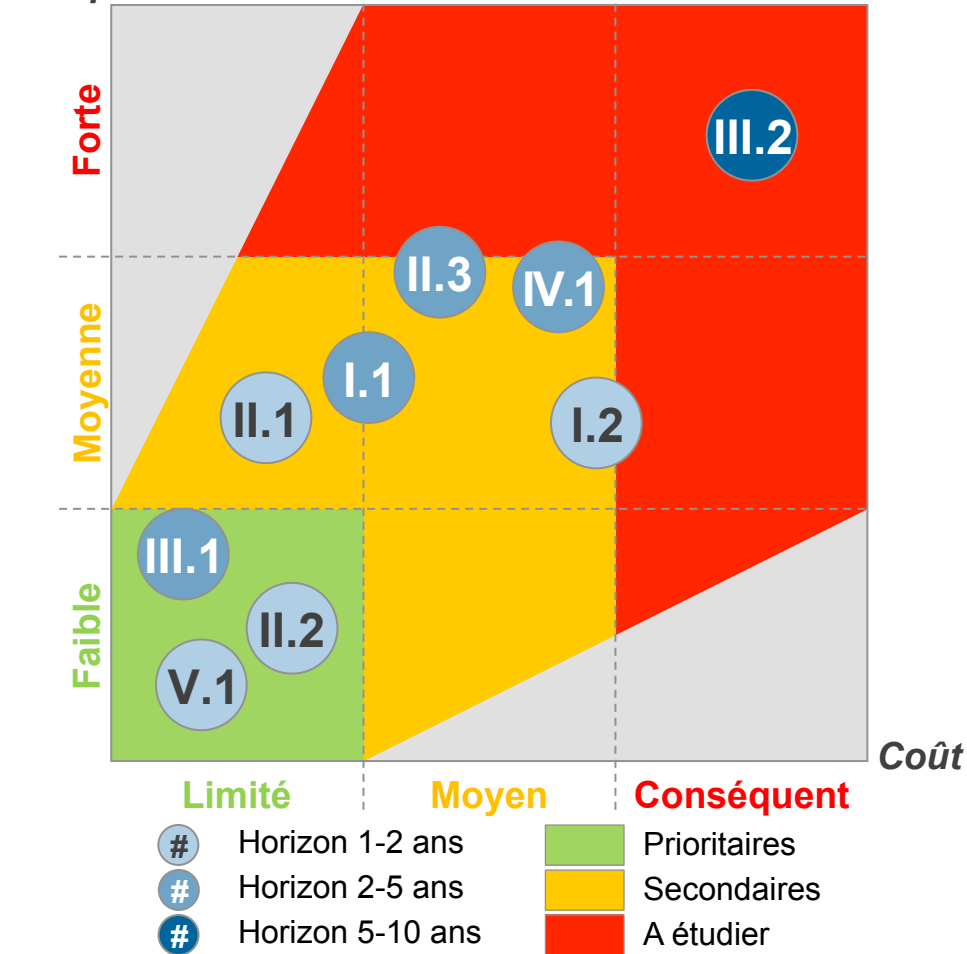
Rédiger un guide informatif et pédagogique afin de présenter aux entreprises les **tenants et aboutissants de leurs choix concernant leur stratégie**, notamment commerciale

Poursuivre les démarches gouvernementales de **redéfinition des pratiques de la commande publique concernant les actes créatifs**

Synthèse des recommandations

3 prioritaires, 5 secondaires et 1 à étudier

Matrice de synthèse des recommandations



Réf.	Recommandations
I.1	Améliorer l'information sur les ICC en France
I.2	Optimiser la valorisation de la marque France
II.1	Renforcer l'employabilité des jeunes diplômés
II.2	Améliorer la qualité des informations fournies par les écoles
II.3	Renforcer l'internationalisation (études et début de carrière)
III.1	Accroître les soutiens financiers privés
III.2	Faire évoluer la fiscalité des ICC
IV.1	Favoriser la collaboration et les partenariats Intra et Extra ICC
V.1	Accompagner les entreprises des ICC dans leur stratégie

The logo for AKOYA Consulting features the word 'AKOYA' in a stylized, dark green font with rounded, geometric shapes. Below it, the word 'Consulting' is written in a white, sans-serif font on a dark green background.

AKOYA
Consulting

Votre contact

Antoine Auboïs

Associé

Mobile : 06 09 04 17 82

Fixe : 01 84 06 64 71

Mail : antoine.auboïs@akoyaconsulting.fr

www.akoyaconsulting.fr