DOSSIER
INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES

Synthèse

Depuis le milieu des années 2000, les industries culturelles et créatives (ICC) ont émergé comme un levier à part entière des stratégies métropolitaines au titre du développement économique mais aussi de composantes urbaines et sociétales. Au-delà de la mise en place et de l'accompagnement de dispositifs de soutien, il s'agit le plus souvent, dans le discours des responsables territoriaux concernés, de contribuer au développement des multiples liens pouvant se développer, au sein de leur métropole, entre les activités créatives et les autres dimensions (aménagement, identité, cohésion sociale…) qui font la Ville. La métropole est alors considérée comme un écosystème dont le bon fonctionnement est particulièrement propice au développement des activités créatives mais aussi au développement d'autres activités économiques, à leur dynamisme et plus généralement au bien-être des habitants.

Au sein de Toulouse Métropole, ces activités concernent 11 460 salariés privés en 2016 localisés pour moitié dans la ville-centre et pour un tiers dans trois communes de banlieue (Blagnac, Colomiers et L'Union). A l'échelle de l'aire urbaine, Toulouse Métropole concentre 80 % des emplois des activités créatives, le Sicoval 13 % et le Muretain, 3 %.

Sur presque une décennie, Toulouse fait partie des 8 métropoles, sur la vingtaine étudiée, qui gagnent en emplois salariés « créatifs » même si elle est de celles où la tendance est la moins dynamique. Ainsi quand les activités « créatives » toulousaines augmentent d'un peu plus de 110 postes, le gain côté lyonnais est presque 3 fois plus marqué (+ 280) et il l'est de plus de 4 fois à Montpellier et Strasbourg (+ 470 et + 460) et, de 20 à Nantes (+ 2 110).

Sur la même période, la dynamique de développement de l'emploi a été particulièrement portée par les activités productives et de service. Par rapport à des métropoles comme Rennes, Montpellier, Lyon, Nantes, les activités créatives ont tendance à moins « peser » dans l'emploi salarié global à Toulouse (34,5 emplois salariés pour 1 000 contre entre 39 et 47 par ailleurs).

L'écosystème créatif toulousain présente néanmoins 3 domaines spécifiques : un connaissant un net tassement de l'emploi (l'édition), un une amélioration légère de ses perspectives (l'architecture) et un dernier étant en « accélération » (le multimédia).

À un niveau plus fin, à l'intérieur du domaine de l'audiovisuel, le cinéma d'animation a vocation à constituer un élément de spécialisation de l'écosystème créatif toulousain à terme compte-tenu de sa dynamique. Il l'est déjà pour d'autres métropoles, en particulier celle de Montpellier.

SOMMAIRE

Industries culturelles et créatives : de quoi, parle-t-on ? **2**

Quelle mesure statistique des ICC ? Avantages et limites ? **4**

Une analyse comparative entre Métropole **6**

1. Les dynamiques des industries créatives et culturelles dans la métropole toulousaine **7**

2. Les spécificités de l'écosystème « créatif » toulousain **14**

3. Focus sectoriels : le multimédia et le cinéma d'animation **16**

Quelques définitions complémentaires **21**

Pour aller plus loin **22**

mars 2018

aua/T

toulouse métropole

Toulouse en grand !

De quoi parle-t-on ?

Situées à la frontière des champs de l'économie et de la culture, les industries culturelles et créatives (ICC) sont considérées comme une source décisive d'avantages compétitifs et un moteur de l'économie de la connaissance. Elles incluent l'ensemble des secteurs artistiques et culturels qui mettent la créativité artistique au cœur de leur production, comme les arts visuels, le spectacle vivant, les industries culturelles (musique, cinéma, édition de livre…), mais aussi des industries qui intègrent cette créativité artistique pour partie dans leur production, comme l'architecture, le design, la mode.

Les industries culturelles et créatives, un enjeu économique, mais pas seulement…

Les ICC sont au croisement de différentes politiques publiques, ce qui en diversifie les leviers et élargit les enjeux en matière d'aménagement de développement.

Des activités perçues comme essentielles à la croissance économique

L'intérêt porté aux ICC depuis une vingtaine d'années est révélateur de transformations macroéconomiques contemporaines. D'une concurrence par les prix, on passe progressivement à une concurrence hors-prix (innovation, qualité), à une compétitivité informationnelle où les composants culturels de la production se sont accrus (style, créativité…) ainsi que l'importance d'une proximité géographique de compétence, et de vécu des acteurs économiques. Désormais, ce sont les concepts, les idées, les images et la créativité humaine et non plus seulement le patrimoine matériel qui incarnent la richesse.
Se distinguant par le nécessaire partage des savoirs et l'organisation en réseau des organisations et des individus, cette nouvelle économie est qualifiée de « contributive » pour souligner la nouvelle circularité des filières économiques où les ressources intellectuelles et financières des « usagers contributeurs » sont mobilisées pour développer des produits ou services existants ou en imaginer de nouveaux. « Économie de la connaissance », « économie du savoir », « économie de l'immatériel » ou encore « capitalisme cognitif », sont d'autres expressions utilisées pour dési-

gner ce qui serait une nouvelle phase de l'histoire économique, accélérée par le numérique, dans laquelle nous sommes entrés depuis la fin du XXe siècle selon certains économistes.
Dans le cadre de ce capitalisme renouvelé qui accorde de plus en plus d'importance à la séduction aux dépens de la production et qui a tendance à se focaliser sur les plaisirs des consommateurs par le truchement des images et des rêves, des formes et des récits, l'art se retrouve au cœur du développement et les villes apparaissent comme des terrains de jeux privilégiés de cette nouvelle compétition.

Des activités d'une grande hétérogénéité mais des caractéristiques communes

• Une vocation marchande
A la différence du « secteur culturel », les ICC relèvent du secteur marchand. A ce titre, elles présentent une dépendance au droit d'auteur et aux droits de la propriété intellectuelle. Le numérique a d'ailleurs impacté l'ensemble des filières des ICC conduisant certaines à se reconfigurer en profondeur et à retrouver de nouveaux modèles économiques. C'est en particulier le cas pour l'industrie musicale, l'édition (livre comme presse).

• Une dimension esthétique
L'esthétique constitue un critère permettant de faire la distinction entre la création scientifique, technique et celle à l'œuvre dans les ICC.

• Une plus grande capacité d'adaptation
Par rapport aux autres entreprises, celles relevant du champ des ICC feraient preuve de plus « d'agilité » et seraient davantage capables de se remettre en question, transformer leurs stratégies, tant sur le plan technologique que sur celui des modèles socio-économiques. Par ailleurs, les firmes créatives seraient plus à même de gérer les risques liés à la création et au caractère incertain de la demande.

• Un caractère trans-sectoriel
Parce qu'elles ont tendance à développer de nouveaux procès de travail, empreints de logiques de gestion de projet et de transversalité, leur fonctionnement est de nature à favoriser les transferts de compétence et de savoir-faire, en particulier, entre la culture et les industries créatives et entre les industries créatives et le reste de l'économie créant ainsi des articulations nouvelles entre des domaines autrefois plus autonomes (culture, design, modes, gastronomie, publicité...).

• Un fonctionnement selon une logique de projet allant de pair avec le recours à une main d'œuvre hautement qualifiée et flexible, à l'importance des réseaux sociaux, à des modes de travail « non conventionnels » (travail temporaire, recours systématique aux intermittents et aux indépendants).

• Un ancrage métropolitain.
La proximité de différentes entreprises ou lieux de travail dans une même métropole ainsi que l'existence dans ce milieu urbain de réseaux professionnels plus denses et plus variés, le recours à la sous-traitance et à la gestion du travail par projet propres aux ICC constituent autant d'éléments qui sont de nature à faciliter le développement et le fonctionnement d'un marché du travail « créatif » spécifique : présence accrue de travailleurs mobiles à haut niveau de qualification, circulation de ces travailleurs dans différentes entreprises et types d'emplois, des modes de travail « non conventionnels »... La présence simultanée d'une main-d'œuvre spécialisée, des consommateurs, des producteurs de contenu, des institutionnels et des organismes financiers crée les synergies et l'identité propre à l'écosystème métropolitain.

Quelle mesure statistique des ICC ? Avantages et limites ?

Dans la mesure où il s'agit dans cette étude d'apprécier non pas la production culturelle, événementielle ou symbolique mais les fonctions économiques que ces activités remplissent, en termes de croissance et de création d'emplois, les ICC sont abordées en s'appuyant sur la nomenclature officielle NAF qui permet la codification de l'activité principale exercée (APE) dans l'entreprise ou l'association. C'est cette approche des ICC, issue de la conception anglo-saxonne des industries créatives, qui a été retenue car elle permet des comparaisons avec d'autres territoires. Un regroupement des codes détaillés définit ainsi neuf domaines d'activités économiques délimitant le champ des industries créatives (voir tableau ci-contre).

La mesure des ICC est ici envisagée à travers la variable de l'emploi. Concernant les actifs non-salariés, leur identification en matière statistique devient notablement moins évidente avec l'émergence, depuis le début des années 2000, de différents modèles de travail à la frontière du salariat et du non-salariat. C'est pourquoi les travailleurs indépendants ont été exclus du champ de cette étude.

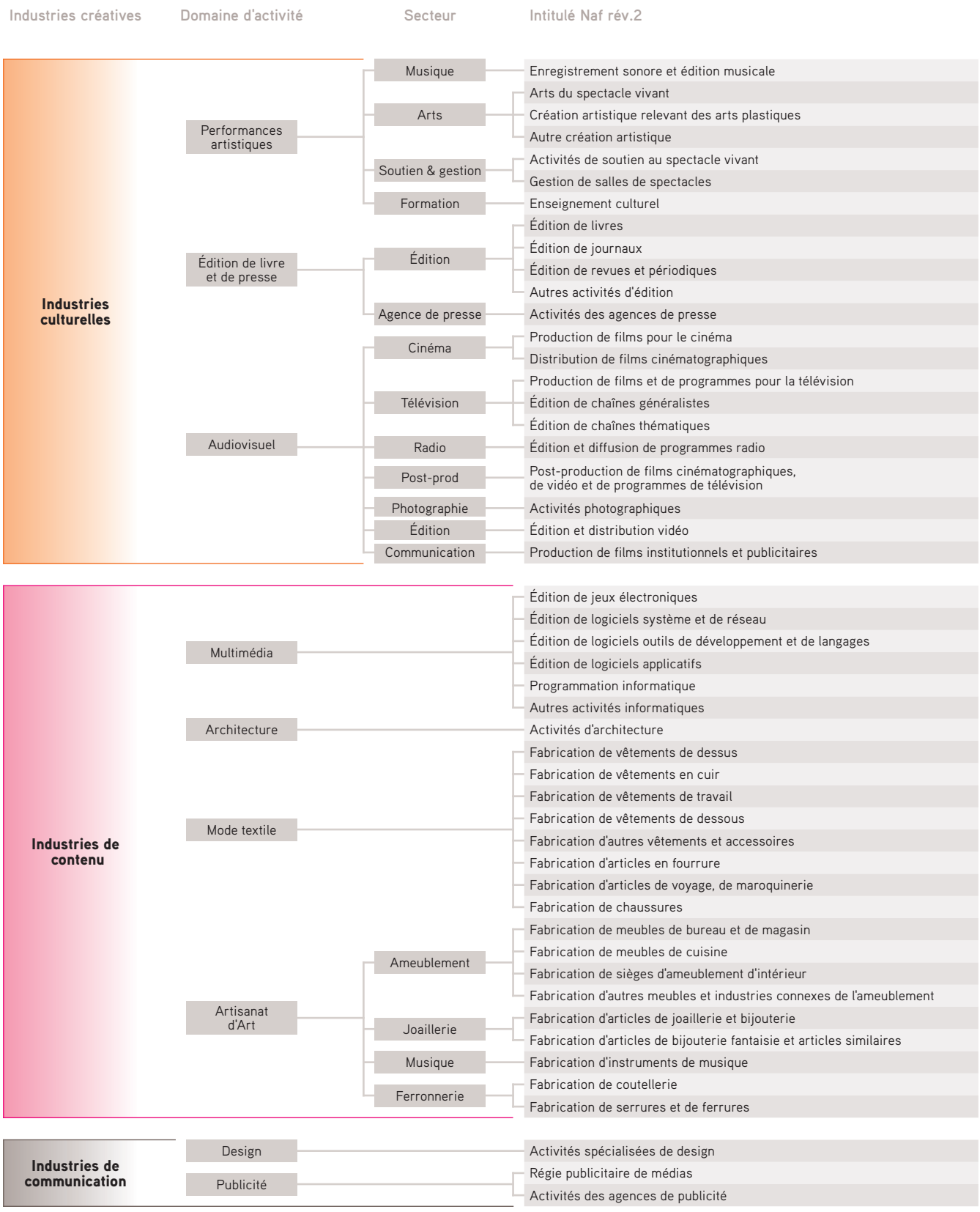
Par ailleurs, cette approche ne permet pas de quantifier la part des intermittents du spectacle dans chacune de ces activités. Ce qui est logique dans la mesure où le statut d'intermittent du spectacle renvoie, non pas à un mode de rémunération du travail, mais à un régime particulier d'indemnisation du régime Assurance chômage auquel ce type de travailleurs est soumis.

D'autre part, la nomenclature NAF est réductrice vis-à-vis des activités créatives qu'elle définit globalement à partir d'un secteur économique, sans évaluer le caractère véritablement spécifique de chaque entreprise. De surcroît, les effectifs des secteurs composant les industries créatives sont plus ou moins quantifiables à partir des codes d'activité principale des entreprises (codes NAF). Certains secteurs (musique, spectacle vivant, publicité, la presse, livre, audiovisuel, le logiciel…) peuvent être plutôt bien appréhendés à la différence d'autres (artisanat d'art, mode, design notamment) qui sont plus difficiles, les codes d'activités NAF ne reflétant qu'imparfaitement le secteur. On peut également regretter de ne pas disposer d'autres informations économiques comme les chiffres d'affaires, la part de R&D, les métiers, les qualifications…

Compte-tenu de ces limites et restrictions propres à l'approche des ICC par secteurs d'activité, les résultats présentés dans cette étude doivent plutôt être considéré a minima.

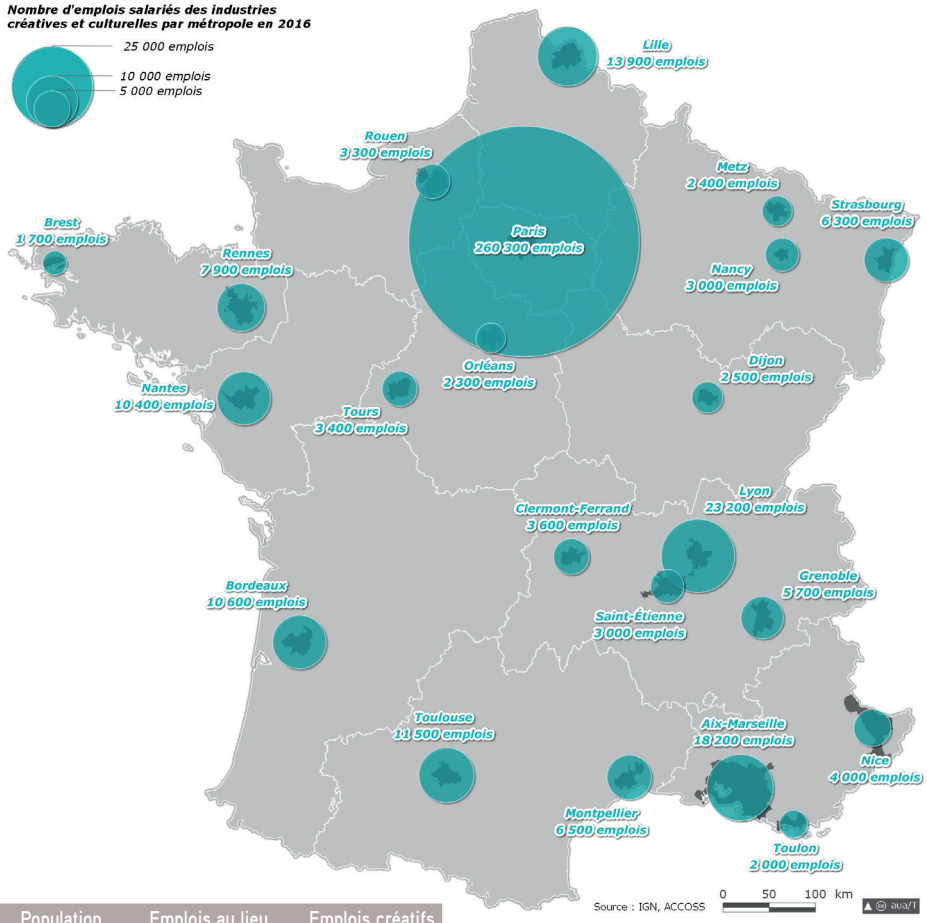
Cette approche par les nomenclatures d'activité recouvre une autre limite. Elle permet d'apprécier l'emploi dans les activités créatives et non les emplois « réellement créatifs ». En effet, tous les actifs du secteur créatif n'exercent pas une profession créative, c'est-à-dire une profession spécifique du domaine des arts, du spectacle, de l'information. Ainsi, nombre d'entre eux exercent, au sein des établissements culturels ou créatifs, un métier technique ou administratif (secrétaires, comptables, agents commerciaux…) que l'on peut retrouver dans d'autres secteurs de l'économie. A l'inverse, les emplois créatifs peuvent se trouver dans des activités qui ne font pas partie des secteurs identifiés comme créatifs. Il s'agit d'actifs ayant une profession créative et travaillant dans d'autres secteurs (cas des designers en général).

Dans cette étude, les emplois salariés relevant d'activités créatives sont néanmoins désignés, par souci de simplification mais aussi par abus de langage, par l'expression « emplois créatifs ».


Industries créatives
Domaine d'activité
Secteur
Intitulé Naf rév.2
Industries culturelles
Performances artistiques
Musique
Enregistrement sonore et édition musicale
Arts
Arts du spectacle vivant
Création artistique relevant des arts plastiques
Autre création artistique
Soutien & gestion
Activités de soutien au spectacle vivant
Gestion de salles de spectacles
Formation
Enseignement culturel
Édition de livre et de presse
Édition
Édition de livres
Édition de journaux
Édition de revues et périodiques
Autres activités d'édition
Agence de presse
Activités des agences de presse
Audiovisuel
Cinéma
Production de films pour le cinéma
Distribution de films cinématographiques
Télévision
Production de films et de programmes pour la télévision
Édition de chaînes généralistes
Édition de chaînes thématiques
Radio
Édition et diffusion de programmes radio
Post-prod
Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
Photographie
Activités photographiques
Édition
Édition et distribution vidéo
Communication
Production de films institutionnels et publicitaires
Industries de contenu
Multimédia
Édition de jeux électroniques
Édition de logiciels système et de réseau
Édition de logiciels outils de développement et de langages
Édition de logiciels applicatifs
Programmation informatique
Autres activités informatiques
Architecture
Activités d'architecture
Mode textile
Fabrication de vêtements de dessus
Fabrication de vêtements en cuir
Fabrication de vêtements de travail
Fabrication de vêtements de dessous
Fabrication d'autres vêtements et accessoires
Fabrication d'articles en fourrure
Fabrication d'articles de voyage, de maroquinerie
Fabrication de chaussures
Artisanat d'Art
Ameublement
Fabrication de meubles de bureau et de magasin
Fabrication de meubles de cuisine
Fabrication de sièges d'ameublement d'intérieur
Fabrication d'autres meubles et industries connexes de l'ameublement
Joaillerie
Fabrication d'articles de joaillerie et bijouterie
Fabrication d'articles de bijouterie fantaisie et articles similaires
Musique
Fabrication d'instruments de musique
Ferronnerie
Fabrication de coutellerie
Fabrication de serrures et de ferrures
Industries de communication
Design
Activités spécialisées de design
Publicité
Régie publicitaire de médias
Activités des agences de publicité

Une analyse comparative entre Métropoles

Dans la mesure où il s'agit d'activités assez majoritairement d'essence métropolitaine, le choix a été fait de retenir la métropole, en tant qu'établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre, existant ou pouvant être institué, au sens de l'article L5217-1 du Code général des collectivités territoriales, comme échelle d'analyse et de comparaison des activités des ICC toulousaines. Formellement, la métropole de Toulouse a donc été considérée par rapport aux 21 autres, existantes ou potentielles, hors celle de Paris.



Quelques données de cadrage sur les métropoles étudiées

Sources : RP 2014, Insee et Acoss 2016- traitement : aua/T

	Statut de métropole au 31/12/2016	Population (2014)	Emplois au lieu de travail (2014)	Emplois créatifs salariés (2016)
Aix-Marseille	obtenu	1 859 922	741 116	18 203
Bordeaux	obtenu	760 933	397 730	10 624
Brest	obtenu	207 726	105 653	1 707
Clermont-Ferrand	éligible	284 672	156 943	3 605
Dijon	éligible	249 845	135 735	2 530
Grand Paris	obtenu	6 999 097	3 903 710	260 328
Grenoble	obtenu	444 078	220 651	5 745
Lille	obtenu	1 139 929	511 334	13 933
Lyon	obtenu	1 354 476	689 576	23 235
Metz	éligible	220 696	112 923	2 365
Montpellier	obtenu	450 051	211 055	6 487
Nancy	obtenu	254 788	136 259	3 008
Nantes	obtenu	619 240	335 200	10 449
Nice	obtenu	538 555	208 901	3 985
Orléans	éligible	279 549	144 331	2 300
Rennes	obtenu	432 885	240 687	7 875
Rouen	obtenu	489 923	226 876	3 340
Saint-Etienne	éligible	401 845	166 304	3 028
Strasbourg	obtenu	484 157	246 784	6 295
Toulon	éligible	427 839	166 006	2 028
Toulouse	obtenu	746 919	441 226	11 463
Tours	éligible	292 037	147 505	3 445
Métropoles instituées hors Paris	obtenu	9 318 579	4 438 078	113 385
Métropoles potentielles	éligible	2 621 486	1 304 715	32 265
Ensemble des métropoles étudiées hors Paris		11 940 065	5 742 793	145 650

1. Les dynamiques des industries créatives et culturelles dans la métropole toulousaine

En 2016, 11 460 salariés travaillent dans les industries culturelles et créatives au sein de la métropole toulousaine

A l'échelle de l'aire urbaine de Toulouse, les ICC représentent 14 800 emplois salariés, soit 3,4 % de l'ensemble des emplois salariés en 2016. Par rapport à 2008, le nombre de postes de « créatifs » est quasiment au même niveau (+ 0,1 % de croissance annuelle ; ce qui correspond à une évolution de moins de 10 salariés) alors que l'emploi salarié pris dans son ensemble se développe (+ 50 200 postes soit une croissance annuelle moyenne de + 1,5%).

Avec 11 460 postes, la métropole rassemble 78 % des emplois salariés « créatifs » de l'aire urbaine. A l'échelle des communes de la métropole, les effectifs de « créatifs » y connaissent des évolutions modestes en dehors de la ville-centre, de l'Union, Blagnac et Colomiers. Respectivement, les premières perdent 710 et 80 emplois quand les deux autres enregistrent des gains de 640 et 190 postes. Le déplacement et le regroupement de grandes entreprises sur le site Andromède à Blagnac (Safran, Akka, Airbus) expliquent très largement ces évolutions.

La ville de Toulouse concentre seule 53 % des emplois salariés « créatifs » de l'aire urbaine. L'ensemble constitué avec Blagnac, Colomiers et L'Union représente 87 % des emplois salariés « créatifs » de la métropole et 68 % de l'aire urbaine au 31 décembre 2016. Cette répartition a peu évolué depuis 2008.

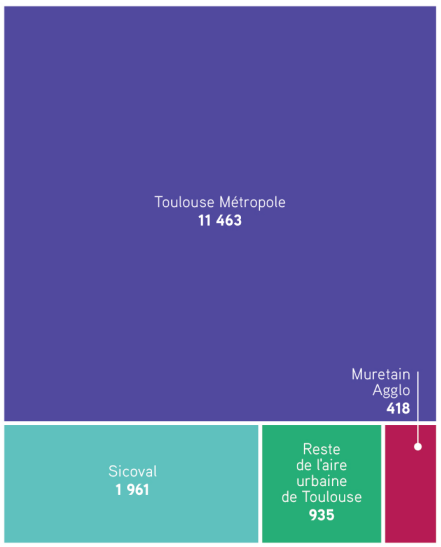
Quant au Sicoval et au Muretain, ils accueillent 13 % et 3 % de l'emploi salarié « créatif » de l'aire urbaine (respectivement, 2 000 et 420 postes). Dans le Sicoval, cet emploi « créatif » se concentre dans le multimédia dans 85 % des cas (soit 1 700 personnes). Dans le Muretain, les choses sont plus diversifiées (160 postes dans le textile et la mode, 80 dans l'artisanat d'art et 70 dans les performances artistiques).

Par rapport à 2008, Toulouse Métropole et le Muretain enregistrent des « gains » respectivement de + 110 et + 40 emplois salariés « créatifs ». Dans le Sicoval, l'effectif considéré en 2016 est quasiment le même que celui en 2008. Dans le reste de l'aire urbaine, l'emploi « créatif » est en recul (- 150 postes).

Dans la métropole toulousaine, le multimédia représente plus du tiers des emplois créatifs (presque 4 300 postes) suivi de ceux travaillant dans la publicité, les performances artistiques, l'édition et l'architecture (respectivement 17, 16, 10 et 9 %).

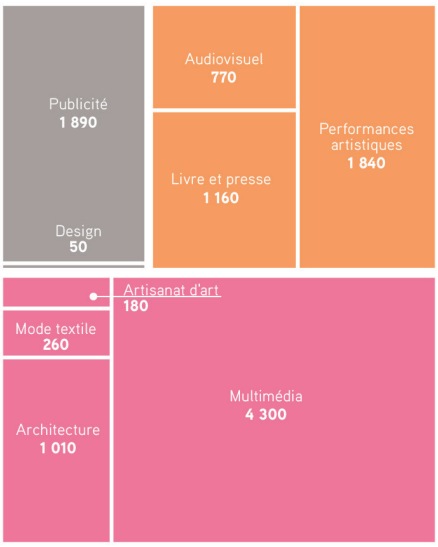
Les emplois salariés dans les ICC dans l'aire urbaine de Toulouse

Source : Acoss - traitement : aua/T



L'emploi par domaines créatifs dans la métropole de Toulouse

Source : Acoss et Insee - traitement : aua/T



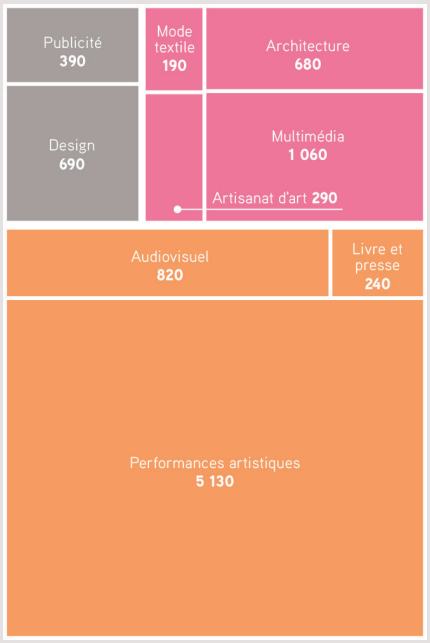
Une augmentation conjoncturelle du travail non salarié chez les « créatifs »

Entre 2008 et 2017, le nombre d'indépendants installés dans la métropole de Toulouse a plus que triplé passant de 2 930 à 9 500 personnes non-salariées dans les industries culturelles et créatives quand, dans le même temps, le nombre de « créatifs » salariés était presque stable. Les domaines les plus concernés ont été l'audiovisuel, le multimédia et les performances artistiques, les effectifs correspondants de travailleurs indépendants ayant au moins quadruplés. Il ne s'agit pas d'une tendance locale. Si la crise de 2008 constitue un élément de compréhension de ce recul du salariat, il convient aussi de prendre en compte la tendance à la diversification des formes d'emploi qui s'est traduite par l'apparition dans la période récente de plusieurs modèles se situant à la frontière du salariat et du non-salariat. Début 2009, la création du statut d'auto-entrepreneur qui connait un réel succès depuis sa création, a provoqué un afflux de non-salariés d'un genre nouveau qui s'observe entre autres dans le champ des ICC.

Dans la période récente, cette tendance à l'émergence de différents modèles à la frontière du salariat et du non-salariat rend d'autant plus difficile leur identification en matière statistique. Certaines personnes peuvent ainsi cumuler salariat sur l'essentiel de leur temps de travail et non-salariat pour une partie plus modeste. Il devient donc peu robuste statistiquement de sommer les effectifs créatifs salariés et non-salariés et encore plus d'apprécier la part des indépendants dans l'ensemble des créatifs. Réalisée sous un angle purement quantitatif, cette analyse des indépendants « créatifs » dans la métropole de Toulouse gagnerait en précision par la mobilisation d'approches complémentaires plus qualitatives à même de mieux qualifier la nature du statut du travail indépendant dans le champ des ICC.

L'emploi des indépendants par domaines créatifs

Source : Sirene (Insee, mars 2017) - traitement : aua/T



Si Toulouse fait partie des 8 métropoles qui gagnent en emplois salariés « créatifs » ces 10 dernières années, elle est de celles où la tendance est la moins dynamique

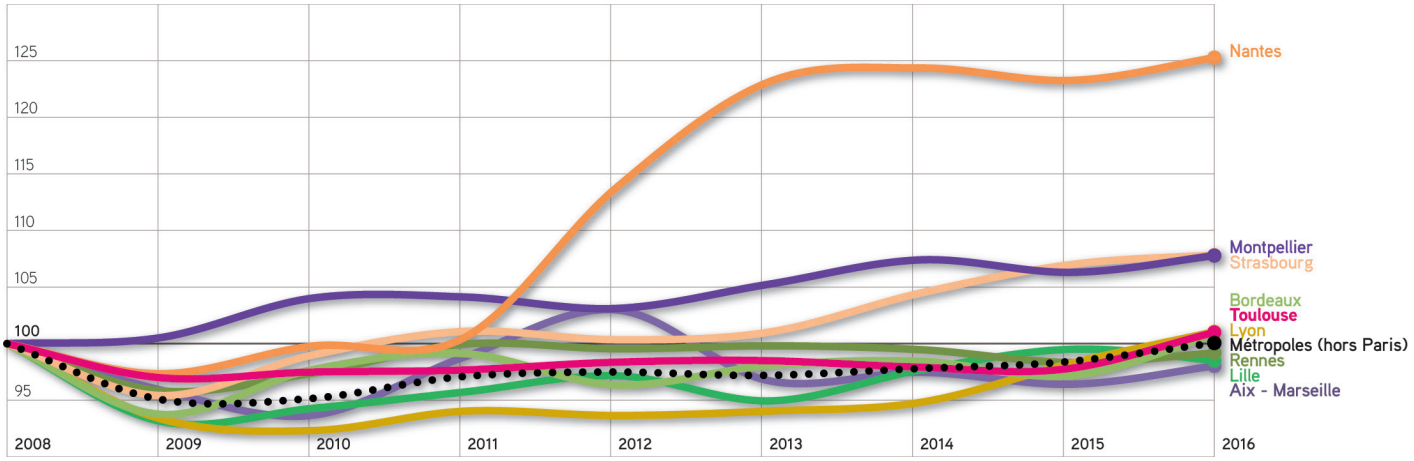
À l'échelle de l'ensemble des métropoles (hors Paris), les effectifs salariés travaillant dans les ICC sont en très légère augmentation entre 2008 et 2016 (+ 90 salariés soit + 0,1 %). Dans le même temps, l'emploi salarié global a augmenté de + 2,8 %.

Sur la période considérée, l'emploi salarié « créatif » se développe dans huit métropoles parmi lesquelles Toulouse fait partie avec Bordeaux, Dijon et Grenoble, des moins dynamiques. Chacune gagne un peu plus de 110 postes quand à Lyon, le gain est presque 3 fois plus marqué (+ 280). Il l'est de plus de 4 fois à Montpellier et Strasbourg (+ 470 et + 460) et, de 20 à Nantes (+ 2 110). En Loire-Atlantique, l'emploi dans les ICC bénéficie d'une dynamique particulièrement positive qui développe et se structure, grâce à un projet urbain d'ambition métropolitaine et régionale avec le Creative Factory sur l'île de Nantes (cf. encart suivant).

À l'inverse de ces huit métropoles, d'autres comme Aix-Marseille, Orléans, Rouen, Toulon et Tours font face à des contextes beaucoup plus défavorables, les pertes enregistrées étant comprises entre - 400 et - 900 emplois.

Évolution de l'emploi salarié des activités des ICC par métropole (base 100 en 2008)

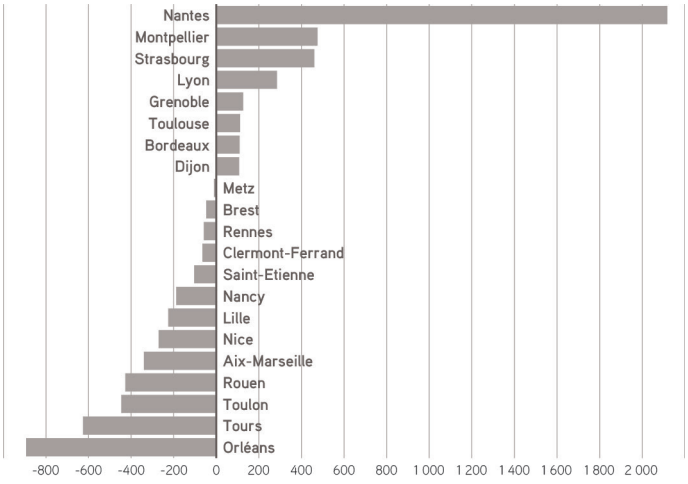
Source : Acoss - traitement : aua/T



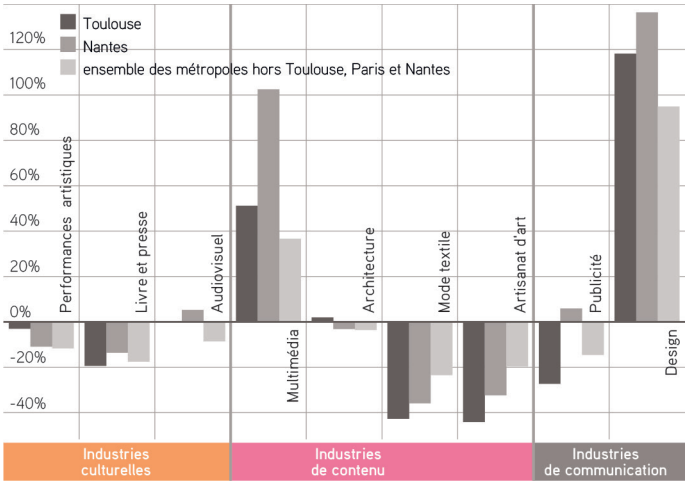
Évolution entre 2008 et 2016 des effectifs salariés des ICC...

... dans les métropoles hors Paris

Source : Acoss - traitement : aua/T



... par domaines d'activité



La Creative Factory nantaise, un volontarisme politique exprimé dans le projet urbain de l'Île de Nantes

À la suite du traumatisme pour la ville et le bassin d'emplois de la région que constitue en 1987 la fermeture des derniers chantiers navals à l'ouest de l'Île de Nantes, la municipalité enclenche une grande réflexion sur le devenir de l'Île de Nantes dans son ensemble et plus particulièrement sur la pointe ouest de l'île. Dans ce contexte, Nantes fait le choix de se tourner alors vers la culture. La création à Nantes des Allumés (6 nuits blanches en 1990 dans site de la Fabrique à glace) puis les parades de Royal de Luxe, Les Machines de l'île, la Folle Journée, la création du LU (Lieu Unique) sur le site de l'ancienne biscuiterie de LU, la réalisation de l'Éléphant, la réhabilitation du château des Ducs de Bretagne, la Biennale Estuaire constituent autant d'illustrations de la volonté locale de renforcer sa politique culturelle et de compter sur la culture comme levier économique, véritable gisement d'emplois, porteuse d'image, de flux touristique.

De cette affirmation politique nait le projet de Quartier de la Création, maintenant Creative Factory, à l'ouest de l'île de Nantes, dans un lieu emblématique de la mémoire ouvrière. Dans le cadre du projet urbain de l'Île de Nantes qui s'étale sur une vingtaine d'années, ce quartier est pensé comme une véritable tête de réseau métropolitaine et régionale des industries culturelles, ouvert à toutes les formes de création. Par le regroupement d'entreprises, de centres de recherche et d'enseignement supérieur et d'autres acteurs œuvrant dans les domaines des industries culturelles et créatives, ce quartier ambitionne de favoriser les synergies et ainsi de permettre l'émergence d'un effet « cluster » au-delà de la simple métropole nantaise.

Depuis le début des années 2010, plusieurs de ces protagonistes (médias, établissements d'enseignement supérieur, activités économiques ou artisanales, artistes…) se sont ainsi installés sur ce secteur et collaborent pour mêler leurs disciplines : Les Machines de l'île, La Fabrique, le Blockhaus DY10, le « Pôle des Arts Graphiques » né du regroupement de l'école des métiers de l'imprimerie et de la formation Arts Appliqués du lycée de la Joliverie de Saint-Sébastien-sur-Loire, l'école nationale supérieure d'architecture de Nantes, l'école supérieure de formation aux métiers du cinéma et aux arts visuels. D'autres bâtiments situés dans le périmètre du quartier sont également dédiés au domaine de la création comme « L'Île Rouge » qui abrite le Conseil Régional de l'Ordre des Architectes, ainsi que la Maison Régionale de l'Architecture, ou l'immeuble « Manny » dédié à l'accueil des activités liées à l'architecture et de création contemporaine.

D'ici à 2020, d'autres entités les auront rejoint sur le site : l'école supérieure des beaux-arts de Nantes Métropole, le « Pôle Universitaire Interdisciplinaire dédié aux Cultures Numériques » de l'Université de Nantes, l'école de design Nantes Atlantique, Médiacampus regroupant SciencesCom et Télénantes.

En plus d'offres d'accueil multiple dédié, d'un vivier de formations, le quartier de la Création comporte aussi Creative Factory, un dispositif d'accélération des projets à haut potentiel économique proposés par le Cluster du Creative Factory et la technopole Atlanpole.

Outre des bureaux, des studios et autres ateliers, le quartier de Création se dote progressivement de nombreux logements (appartements et maisons de villes), ainsi que des commerces et services (bars, restaurants, commerces de proximité, crèches, écoles…). À l'horizon 2020, ce quartier devrait accueillir près de 4 000 étudiants, un pôle d'une centaine de chercheurs et plus de 1 000 emplois directs.

Parmi les cinq domaines d'activités des ICC prépondérants à Toulouse, seul un d'entre eux se révèle dynamique en matière de gain d'emplois entre 2008 et 2016

Le domaine du multimédia gagne près de 1 460 postes (+ 51 %) sur les huit dernières années. Les effectifs évoluent plus modérément dans les performances artistiques (- 60 soit - 3 %) et l'architecture (+ 19 soit + 1,9 %) alors que la tendance continue d'être franchement baissière pour l'édition (- 280 soit - 19,4 %) et la publicité (- 710 soit - 27,3 %).
Concernant les éléments de contexte propres à chacun de ces cinq domaines d'activités, l'analyse développée par la suite dans cette partie s'appuie largement sur les résultats du panorama des industries culturelles et créatives en France élaborés (éditions 2013 et 2015) par France Créative et EY.

Le multimédia : un domaine moins diversifié et moins créateur d'emplois que dans d'autres métropoles comparables

Hors Paris, l'emploi salarié dans le multimédia se concentre à 60 % dans cinq métropoles : 18 % (8 000 postes) à Lyon, 12 % (5 100) à Aix-Marseille et 10 % dans chacune des métropoles de Lille, Nantes et Toulouse (respectivement, 4 800, 4 500 et 4 300). Bordeaux, Grenoble, Rennes et Montpellier, ensemble, représentent 20 % de plus (chacune entre 2 100 et 2 800 emplois).
Dans ces cinq métropoles concentrant les salariés du multimédia, Nantes, Lyon et Aix-Marseille se révèlent les plus dynamiques en matière de gain d'emploi (respectivement, + 2 300 postes soit + 102 %, 2 200 soit + 38 % et + 2 100 soit + 76 %). Du côté de Toulouse et de Lille, l'augmentation des effectifs salariés est moins marquée, respectivement + 1 400 soit + 51 % et + 1 500 soit + 57 %.

À Toulouse, les gains d'emploi dans le multimédia sont d'abord portés par les activités de programmation informatique (+1 200 postes) et dans une moindre mesure par celles d'édition de logiciels système, réseau (+ 110) et applicatifs (+ 200). Dans le même temps, une trentaine d'emplois est perdue dans le secteur regroupant les activités d'installation d'ordinateurs personnels, de services d'installation de logiciels et de récupération après un sinistre informatique. Par rapport aux trois métropoles les plus dynamiques en matière de multimédia, Toulouse présente un portefeuille d'activité moins étoffé et diversifié. Ainsi, du côté de Marseille, les gains d'emplois sont le fait aussi des activités de programmation informatique (+ 1 070), d'édition de logiciels système, réseau (+ 210) et applicatifs (+ 670) et dans le secteur divers (+ 190) où Toulouse perd modérément de l'emploi. À Nantes aussi, la dynamique sur les secteurs du multimédia où Toulouse gagne notablement de l'emploi est plus marquée (+ 890 en programmation informatique, + 730 en édition de logiciels applicatifs et + 500 dans le secteur divers des autres activités informatiques). À Lyon, le domaine du multimédia se distingue par sa taille, le dynamisme plus marqué qu'ailleurs dans deux secteurs particulièrement porteurs (+ 1 600 postes en programmation informatique et + 800 dans les logiciels applicatifs) qui « compensent » largement les difficultés rencontrées en matière d'édition de logiciels système-réseau et jeux vidéo, respectivement, - 90 et - 150 postes. Dans ces secteurs, les quatre autres « grandes » métropoles enregistrent des gains d'emplois dans des volumes modérés (pas plus de + 210 postes dans les logiciels système/réseau et + 90 dans les jeux vidéo).

Les performances artistiques : un domaine aux effectifs salariés presque stables en dépit des importantes difficultés auxquelles doit faire face le spectacle vivant

Parmi les métropoles étudiées, huit concentrent les deux tiers de l'emploi salarié dans le secteur des performances artistiques dont 16 % à Lyon (4 000 postes), 12 % à Aix-Marseille (3 600), 10 % à Lille, Toulouse et Bordeaux (respectivement, 2 200, 1 800 et 1 700) et 6 % à Montpellier (1 400).
Entre 2008 et 2016, l'emploi salarié dans le secteur des performances artistiques demeure stable voire s'érode modérément à Toulouse, Lille et Rennes (baisses n'excédant pas - 3 %) alors qu'il se développe à Lyon, Bordeaux, Montpellier (gains entre + 4,7 % et + 10,1 %) et se contracte à Nantes et Aix-Marseille (respectivement, - 7,5 et - 10,9 %).
L'évolution des effectifs salariés dans ce secteur balance, de manière générale, entre des trajectoires favorables dans l'enseignement culturel et la gestion des salles de spectacles et des difficultés rencontrées par le spectacle vivant (activités proprement dites ainsi que celles dites « de soutien ») : 920 postes supplémentaires versus 860 de moins.
À Toulouse, l'enseignement culturel est ainsi le secteur des performances artistiques le plus contributeur en matière de création d'emplois (+ 60 postes). Les activités de soutien au spectacle vivant et de gestion des salles de spectacles constituent pour leur part des secteurs résilients ; stabilité pour le premier et diminution d'une vingtaine d'effectifs pour le second. Les évolutions relevées sont modérées à l'image de ce qui s'observe à Lille, Rennes et Montpellier. Par contre, Toulouse se démarque de ces trois métropoles par l'ampleur des pertes en matière d'arts du spectacle vivant (près de - 110 contre entre - 15 à - 50). Par ailleurs, Toulouse bénéficie beaucoup moins que Lyon, Marseille et Bordeaux du développement de l'enseignement culturel et de la gestion des salles de spectacles (entre + 150 à + 350 postes pour chacune de ces métropoles).
Dans ces métropoles, l'évolution du salariat relevant des performances artistiques suit trois grandes tendances d'évolution qu'identifient France Creative et EY :
- l'adaptabilité du secteur aux changements et sa capacité à intégrer en permanence de nouvelles technologies ;
- la politique institutionnelle menée ces dernières décennies ;
- la spécificité de l'économie du secteur marquée par un équilibre financier fragilisé par une augmentation des coûts de production et une baisse des subventions publiques.

L'architecture : un domaine gagnant modérément des emplois à contre-courant de la plupart des autres métropoles

Lyon représente la métropole comptant le plus grand effectif salarié en architecture (1 720 postes) suivie de Bordeaux, Aix-Marseille et Toulouse (respectivement, 1 130, 1 040, et 1 010). Entre 2008 et 2016, l'emploi salarié en architecture à Toulouse s'est accru de 2 % (+ 20 postes). Le mouvement est plus prononcé à Lyon (+ 5 % soit +80). La situation est inverse par rapport à Aix-Marseille et Bordeaux (respectivement - 4 et - 2 %) en ligne avec l'ensemble des métropoles de province (- 2 %).
En matière de grandes tendances d'évolution concernant l'architecture, France Creative et EY relèvent que s'il s'agit d'un secteur en crise au niveau européen, il se maintient en France à un haut niveau d'activité et ce, malgré la contraction de la commande publique et la diminution de la demande de construction de logements par les promoteurs privés suite à la crise de 2008. Localement, il semble profiter de l'attractivité économique et résidentielle toulousaine.

La publicité et l'édition : deux secteurs en mutation qui perdent des emplois

En matière d'édition de livre et de presse, l'effectif salarié du secteur se concentre à hauteur de 54 % dans 5 métropoles : Rennes, Bordeaux, Aix-Marseille, Toulouse, Lyon (respectivement, 1 900, 1 810, 1 260, 1 160 et 960 postes). Le secteur perd des emplois salariés de manière notable dans l'ensemble des métropoles. Toulouse s'inscrit dans la tendance (- 19,4 % contre - 20,5 % dans l'ensemble des métropoles de province). Avec Lyon, Aix-Marseille et Bordeaux, Toulouse fait partie des métropoles où l'emploi dans les activités d'édition recule le plus (respectivement, - 600, - 550, - 260 et - 330). En revanche, Toulouse fait partie des métropoles où l'emploi en agence de presse se développe le plus (+ 50 postes) avec Bordeaux, Aix-Marseille et Lille (avec des gains d'emplois compris entre 30 et 50 pour chacune d'elles) même si les gains restent modeste eu égard aux pertes des activités d'édition.
Concernant ce secteur, localement comme dans la plupart des métropoles de province, l'édition fait face à un contexte tendu : un livre numérique en développement qui ne permet pas encore de compenser les pertes du livre physique et un réseau de distribution dont des acteurs clés (les libraires, les grandes surfaces spécialisées en particulier) sont fragilisés par les stratégies agressives de conquête de part de marché menée par les plates-formes de vente de livres par internet. Quant à l'édition de presse, son modèle a subi durement les effets de la crise de 2008 et doit relever les défis de sa modernisation, notamment ceux liés au numérique. Le recul de la diffusion de journaux physiques, dû à l'émergence des supports numériques, a eu de profondes répercussions sur les acteurs du secteur. Les investissements publicitaires se sont en effet tournés vers d'autres supports de diffusion, affectant l'équilibre financier

des médias traditionnels. Par ailleurs, les éditeurs de journaux et de magazines sont confrontés à une hausse des coûts d'approvisionnement et de distribution qui remet fortement en question leur modèle économique. Les différents acteurs de la presse sont en train d'inventer et de développer de nouveaux modèles économiques qui permettront de rentabiliser leurs applications et leurs solutions mobiles en répondant à la multiplicité des usages et des modes de consommation selon les supports (formats courts/formats longs, fils d'information en continu/fils d'information thématiques…) mais aussi en attirant le lectorat sur des plateformes et des applications toujours plus personnalisées qui enrichissent leur expérience, tout en proposant des contenus propriétaires de qualité.

Pour ce qui est du secteur de la publicité, 6 emplois salariés sur 10 se trouvent dans six métropoles : Lyon, Aix-Marseille, Lille, Nantes, Bordeaux et Toulouse (respectivement, 4 000, 3 900, 3 000, 1 940, 1 900 postes). Ils correspondent à des emplois en agence de publicité dans les trois quarts des cas. Parmi ces six métropoles, Toulouse fait partie de celles enregistrant les pertes d'emplois les plus marquées avec Aix-Marseille, Lyon et Lille (- 710 postes soit - 27 % pour Toulouse et respectivement pour les autres métropoles, - 2 180 soit - 36 %, - 880 soit - 18 % et - 670 soit - 19 %). Entre 2008 et 2016, le secteur a perdu 6 800 postes, soit une baisse de - 19 %.
Dans les activités d'agence de publicité, Toulouse se distingue avec Aix-Marseille par un recul de l'emploi salarié plus marqué (au moins un tiers de postes en moins à Toulouse, soit- 650 postes, et Aix-Marseille (- 1 900) contre - 14 % (- 480) en moyenne à Bordeaux, Lille, Lyon et Nantes). A l'image de Nantes et Lyon, Toulouse fait partie des métropoles où l'emploi en régie publicitaire recule le moins (- 9 % soit - 60 postes à Toulouse contre entre - 22 et - 37 % à Aix-Marseille, Bordeaux et Lille)
Dans l'ensemble des métropoles hors Paris, le recul de l'emploi dans le secteur de la presse est de près de 18 %. Dans leurs panoramas des industries culturelles et créatives, France Creative et EY décrivent un secteur qui a durement subi les effets de la crise de 2008 et qui doit repenser son modèle économique. Dans la mesure où il s'agit d'un marché fortement corrélé au contexte économique, la publicité a durement subi les effets de la crise de 2008 en étant parmi les premiers investissements à être réduits par les entreprises.

Dans un environnement économique médiocre nationalement de ces dernières années, la publicité sur mobile et celle sur internet ont été les seuls segments en progression.
Dans ce contexte, internet et les recettes en ligne constituent le futur moteur de la publicité. Parallèlement aux effets de la crise de 2008, les acteurs du secteur ont fait preuve d'agilité en sachant se saisir de nouvelles possibilités de communication offertes par le numérique : développement du recours aux techniques de personnalisation des publicités permettant de proposer des contenus beaucoup plus ciblés tout en réduisant les coûts de communication, élaboration de publicités interactives ou non (sous forme plus ludique et moins intrusive) qui attirent l'attention de l'internaute tout en lui offrant une expérience visuelle ou audio de qualité (contenus dits de native advertising), mobilisation du Big data pour mieux répondre aux attentes des consommateurs dans les années à venir.

2. Les spécificités de l'écosystème « créatif » toulousain

Nombre de salariés privés dans les ICC et poids dans l'emploi salarié total dans les métropoles en 2016 (hors Paris)

Source : Acoss - traitement : aua/T

		Nombre de salariés pour 1 000
1	Rennes	46,6
2	Montpellier	45,9
3	Lyon	41,5
4	Nantes	39,9
5	Grenoble	37,5
6	Bordeaux	36,6
7	Lille	35,9
8	**Toulouse**	**34,5**
9	Nancy	34,2
10	Strasbourg	34,1
11	Tours	33,6
12	Clermont-Ferrand	33,2
13	Aix-Marseille	32,5
14	Metz	30,7
15	Brest	26,7
16	Dijon	26,6
17	Nice	26,6
18	Saint-Etienne	25,5
19	Rouen	21,7
20	Orléans	21,4
21	Toulon	21,3
	Métropoles (hors Paris)	34,7

Note de lecture : dans la métropole de Toulouse, 34,5 salariés privés sur 1 000 sont liés à des activités des industries culturelles et créatives.

Des activités qui restent encore peu représentées au égard au portefeuille d'activités de la métropole toulousaine

En matière de poids relatif des industries créatives dans l'économie locale, Toulouse se situe en 8e position des métropoles (hors Paris), 34,5 emplois salariés pour 1 000 derrière Rennes, Montpellier, Lyon, Nantes, Grenoble, Bordeaux et Lille (entre 35 et 47 emplois salariés pour 1 000) et notamment devant Aix-Marseille, Nice et Strasbourg (entre 25 et 33 emplois salariés pour 1 000). En 2008, le poids relatif des industries créatives dans l'économie locale était plus important à Toulouse (39 emplois salariés pour 1 000). Cette évolution illustre une caractéristique de la dynamique toulousaine dont les évolutions de l'emploi salarié privé bénéficie moins aux ICC qu'aux secteurs de l'économie productive : depuis 2008, le nombre de « créatifs » s'accroît de + 0,1 %/an quand le reste de l'emploi salarié privé gagne + 1,7 %/an en moyenne annuelle.

Un profil créatif pour Toulouse axé sur le multimédia, l'architecture et l'édition

Par rapport aux autres métropoles, le niveau de représentation des ICC dans l'emploi salarié total se situe dans la moyenne des métropoles étudiées (1,00). Les plus spécialisées sont Rennes, Montpellier, Lyon et Nantes (respectivement, indice de spécialisation compris entre 1,15 et 1,34).

À Toulouse, trois domaines des ICC peuvent être considérés comme spécifiques d'un point de vue statistique : le multimédia (indice de spécificité de 1,26), l'édition (1,11) et architecture (1,10). A l'inverse, les autres domaines du fait de leur représentation dans les ICC apparaissent moins spécifiques que dans la plupart des métropoles de domaines. À Toulouse, le design, la mode et l'artisanat d'art se caractérisent par une représentation dans le champ statistique de l'emploi salarié privé.

Même si le multimédia, l'édition et l'architecture représentent, en matière de spécialisation, trois domaines où Toulouse fait valoir un certain niveau de spécia-

Les indices de spécificité des métropoles hors Paris en 2016

Source : Acoss - traitement : aua/T

	Ensemble des ICC		Multimédia		Édition (livre et presse)		Architecture		Performances artistiques	
1	Rennes	1,34	Nantes	1,67	Rennes	3,58	Bordeaux	1,40	Montpellier	1,70
2	Montpellier	1,32	Montpellier	1,48	Metz	2,14	Grenoble	1,38	Dijon	1,20
3	Lyon	1,20	Grenoble	1,41	Clermont-Ferrand	2,03	Nantes	1,30	Lyon	1,17
4	Nantes	1,15	Lyon	1,39	Bordeaux	1,98	Rennes	1,30	Nancy	1,17
5	Grenoble	1,08	**Toulouse**	**1,26**	Nice	1,61	Clermont-Ferrand	1,27	Rennes	1,16
6	Bordeaux	1,06	Rennes	1,23	Grenoble	1,45	Strasbourg	1,22	Tours	1,07
7	Lille	1,03	Lille	1,07	Montpellier	1,36	Nancy	1,12	Aix-Marseille	1,06
8	**Toulouse**	**1,00**	Bordeaux	0,95	Tours	1,28	Lyon	1,11	Grenoble	1,04
9	Nancy	0,99	Tours	0,94	**Toulouse**	**1,11**	Montpellier	1,10	Bordeaux	0,97
10	Strasbourg	0,98	Aix-Marseille	0,89	Dijon	0,86	**Toulouse**	**1,10**	Toulon	0,97
11	Tours	0,97	Clermont-Ferrand	0,86	Aix-Marseille	0,71	Saint-Etienne	1,00	Rouen	0,96
12	Clermont-Ferrand	0,96	Nancy	0,81	Strasbourg	0,63	Rouen	0,91	Lille	0,94
13	Aix-Marseille	0,94	Brest	0,76	Nantes	0,56	Brest	0,91	**Toulouse**	**0,92**
14	Metz	0,89	Metz	0,74	Nancy	0,56	Lille	0,83	Saint-Etienne	0,90
15	Brest	0,77	Strasbourg	0,70	Lyon	0,55	Metz	0,80	Strasbourg	0,86
16	Dijon	0,77	Dijon	0,49	Toulon	0,49	Tours	0,70	Metz	0,82
17	Nice	0,77	Toulon	0,38	Lille	0,45	Nice	0,68	Nantes	0,80
18	Saint-Etienne	0,74	Orléans	0,33	Rouen	0,44	Aix-Marseille	0,67	Orléans	0,75
19	Rouen	0,63	Nice	0,33	Brest	0,43	Dijon	0,61	Nice	0,70
20	Orléans	0,62	Saint-Etienne	0,32	Saint-Etienne	0,36	Toulon	0,59	Brest	0,69
21	Toulon	0,61	Rouen	0,28	Orléans	0,21	Orléans	0,54	Clermont-Ferrand	0,66
	Métropoles d'Occitanie	1,09	Métropoles d'Occitanie	1,32	Métropoles d'Occitanie	1,18	Métropoles d'Occitanie	1,10	Métropoles d'Occitanie	1,15

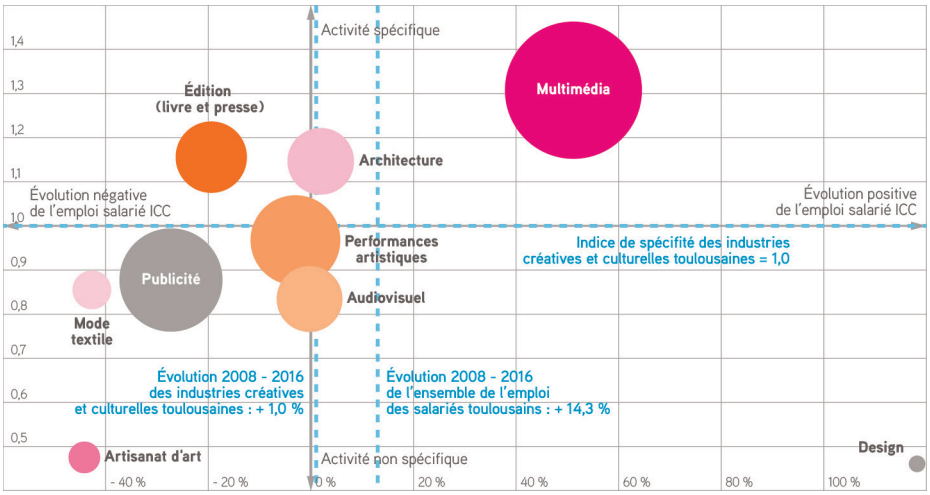
lisation, elle reste encore éloignée des métropoles de tête en la matière : Nantes, Montpellier et Grenoble pour le premier (1,65, 1,48 et 1,41 contre 1,26), Rennes, Metz et Clermont-Ferrand pour le second (3,58, 2,14 et 2,03 contre 1,11) ; Bordeaux, Grenoble, Nantes et Rennes pour le dernier (1,40, 1,38 et 2 fois 1,30 contre 1,11).

Au sein de l'écosystème toulousain, les 9 domaines des ICC ont un positionnement différencié tant en niveau de spécialisation que de dynamiques d'emploi sur la période 2008-2016 :

- 3 domaines spécialisés, l'un connaissant un net tassement de l'emploi (l'édition), un une amélioration légère de ses perspectives (l'architecture) et un dernier une « accélération » (le multimédia) ;
- 1 proche de la moyenne des autres métropoles en matière de spécialisation et en légère décroissance (les performances artistiques) ;
- 5 faiblement spécifiques dont 3 enregistrent des reculs marqués de l'emploi (la publicité, la mode et l'artisanat d'art) et 2 des gains modestes (l'audiovisuel) ou peu significatifs (le design).

L'économie créative toulousaine en 2016

Source : Acoss - traitement : aua/T



Note de lecture : L'indice de spécificité rapporte ici le poids d'un secteur créatif dans une métropole donnée au poids de ce même secteur dans l'ensemble des territoires éligibles au statut de métropole, au sens de la loi du 28/02/2017 relative au statut de Paris et à l'aménagement métropolitain (territoire de comparaison). Ainsi, plus l'indice est fort plus le secteur est spécifique au territoire (Si IS>1, Toulouse est spécialisée dans ce secteur créatif) et plus l'indice est faible, moins le secteur est spécifique.

Chaque domaine d'ICC est représenté par un cercle dont le diamètre est proportionnel à son effectif salarié en 2016 et la position correspond en abscisse à l'évolution en pourcentage de son effectif salarié entre 2008 et 2016 et en ordonnée, à la valeur de son indice de spécificité en 2016.

Publicité

1	Nancy	1,42
2	Nantes	1,30
3	Lille	1,11
4	Rennes	1,10
5	Tours	1,10
6	Orléans	1,05
7	Saint-Etienne	1,04
8	Lyon	1,04
9	Nice	1,03
10	Aix-Marseille	1,01
11	Bordeaux	0,97
12	Strasbourg	0,97
13	Montpellier	0,96
14	Clermont-Ferrand	0,95
15	Brest	0,93
16	Toulon	0,83
17	Metz	0,83
18	**Toulouse**	**0,83**
19	Rouen	0,81
20	Dijon	0,74
21	Grenoble	0,59
	Métropoles d'Occitanie	0,87

Mode textile

1	Lyon	2,40
2	Brest	2,14
3	Saint-Etienne	1,89
4	Orléans	1,52
5	Lille	1,25
6	Nice	1,24
7	Aix-Marseille	1,05
8	Dijon	1,01
9	Tours	0,94
10	Clermont-Ferrand	0,85
11	**Toulouse**	**0,80**
12	Metz	0,56
13	Strasbourg	0,53
14	Rouen	0,46
15	Toulon	0,37
16	Bordeaux	0,37
17	Nantes	0,32
18	Nancy	0,30
19	Montpellier	0,18
20	Rennes	0,17
21	Grenoble	0,07
	Métropoles d'Occitanie	0,62

Audiovisuel

1	Strasbourg	2,22
2	Montpellier	1,90
3	Lyon	1,21
4	Aix-Marseille	1,20
5	Grenoble	1,17
6	Rennes	1,14
7	Nancy	1,08
8	Dijon	0,96
9	Lille	0,93
10	Metz	0,84
11	Clermont-Ferrand	0,81
12	**Toulouse**	**0,78**
13	Bordeaux	0,75
14	Nice	0,73
15	Nantes	0,73
16	Orléans	0,64
17	Tours	0,59
18	Rouen	0,57
19	Brest	0,53
20	Saint-Etienne	0,39
21	Toulon	0,29
	Métropoles d'Occitanie	1,12

Design

1	Saint-Etienne	2,15
2	Bordeaux	2,00
3	Nice	1,39
4	Lyon	1,33
5	Aix-Marseille	1,29
6	Nantes	1,25
7	Tours	1,23
8	Nancy	1,14
9	Toulon	0,86
10	Lille	0,83
11	Grenoble	0,74
12	Montpellier	0,67
13	Metz	0,65
14	Dijon	0,60
15	**Toulouse**	**0,45**
16	Rennes	0,43
17	Orléans	0,41
18	Strasbourg	0,39
19	Brest	0,34
20	Clermont-Ferrand	0,26
21	Rouen	0,23
	Métropoles d'Occitanie	0,52

Artisanat d'art

1	Lille	2,80
2	Strasbourg	1,94
3	Saint-Etienne	1,66
4	Lyon	1,50
5	Rouen	1,09
6	Toulon	0,85
7	Nice	0,83
8	Bordeaux	0,78
9	Tours	0,66
10	Rennes	0,65
11	Aix-Marseille	0,64
12	Dijon	0,61
13	Brest	0,47
14	Nantes	0,47
15	**Toulouse**	**0,43**
16	Clermont-Ferrand	0,41
17	Orléans	0,41
18	Montpellier	0,38
19	Grenoble	0,36
20	Nancy	0,24
21	Metz	0,12
	Métropoles d'Occitanie	0,41

3. Focus sectoriels

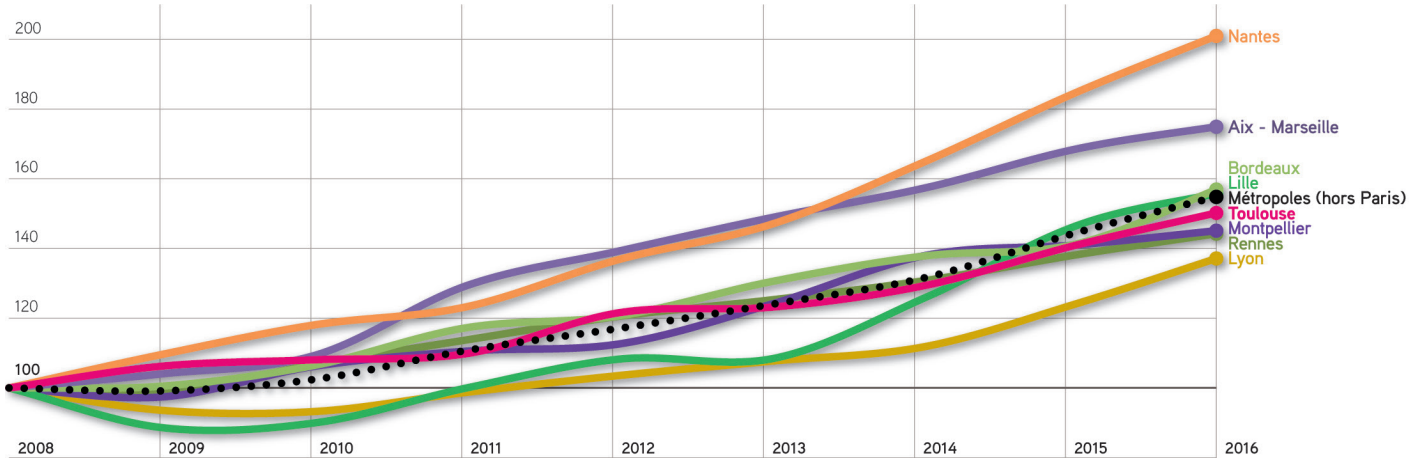
Les limites d'appréhension des ICC inhérentes aux approches développées, aux sources statistiques mobilisables ainsi qu'autres moyens dédiés rendent nécessaire une approche plus fine des évolutions en cours que ne le permet l'entrée en 9 domaines d'activité. Dans l'écosystème créatif toulousain, il s'agit alors de s'intéresser notamment au cinéma d'animation en tant que « signal faible » dont la notoriété et l'emploi se développent rapidement sans pour autant représenter actuellement de grands volumes d'emploi dans le contexte des créatifs. Au-delà d'un travail d'objectivisation d'éléments statistiques, de décryptage des tendances en cours et d'identification des principaux acteurs locaux, il s'agit aussi de « rentrer dans le moteur » d'un secteur comme le multimédia qui localement « pèse » un tiers des effectifs salariés créatifs et dans lequel l'emploi se développe de façon continue et marquée comme dans un certain nombre de métropoles de province.

Le multimédia, Toulouse dans le tempo des autres métropoles

En juillet 2017, la filière du multimédia comprend plus de 200 établissements dans la métropole et représente un peu moins de 4 200 emplois salariés.
Toulouse présente un niveau de spécialisation et de dynamisme intermédiaire entre Lyon et Montpellier d'un côté et Lille et Aix-Marseille de l'autre. Les premiers allient un niveau de spécificité marqué mais un dynamisme modéré. Pour les seconds, la spécificité dans le multimédia est moins affirmée mais le secteur fait preuve d'un dynamisme plus fort. Parmi les grandes métropoles de province, seule Nantes combine dynamisme continu de l'emploi et haut niveau de spécificité.
Dans l'aire urbaine de Toulouse, la métropole et le Sicoval constituent les deux pôles d'accueil des activités de multimédia. Dans ces territoires, la filière multimédia s'appuie essentiellement sur deux types d'activités. Près de 6 établissements sur 10 « font » à Toulouse Métropole de la programmation informatique et « pèsent » pour les 2 tiers de l'effectif salarié dans le multimédia. Ensuite, vient l'édition de logiciels applicatifs qui concerne 3 établissements sur 10 et représente 19 % des salariés. La situation est assez proche à l'échelle du Sicoval. Dans le cas de l'édition de logiciels applicatifs, le Sicoval accueille presque autant de salariés que Toulouse Métropole (780 contre 790). Par ailleurs, le Sicoval présente la particularité d'être le seul territoire dans l'aire urbaine toulousaine à accueillir des éditeurs de jeux électroniques (3 établissements) pour un total d'une quarantaine de salariés.

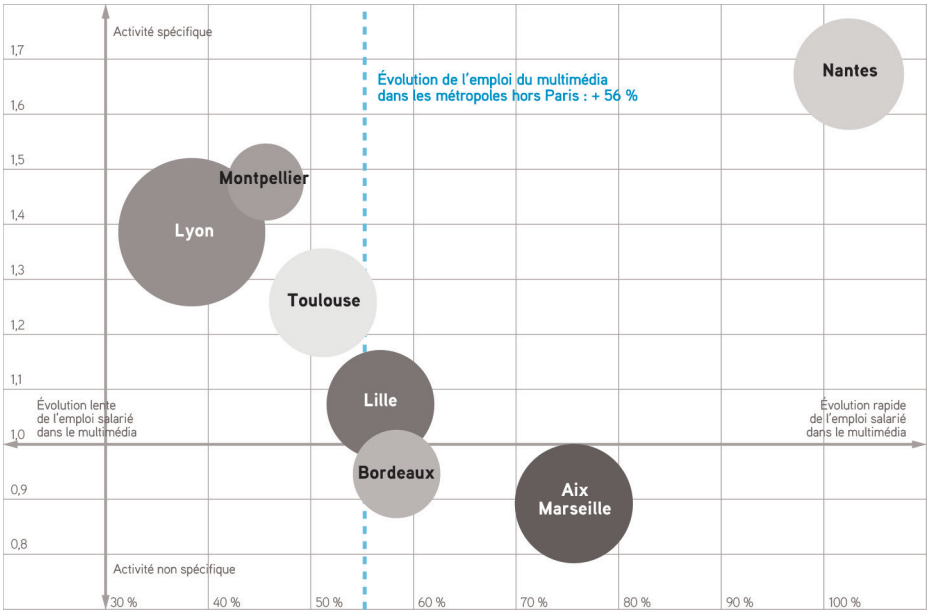
Évolution de l'emploi salarié dans le multimédia par métropole (base 100 en 2008)

Source : Acoss - traitement : aua/T



La spécificité des métropoles en matière de multimédia en 2016

Source : Acoss - traitement : aua/T



Note de lecture : Pour le multimédia, chaque métropole est représentée par un cercle dont le diamètre est proportionnel à son effectif salarié en 2016 dans ce domaine et la position correspond en abscisse à l'évolution en pourcentage de cet effectif salarié entre 2008 et 2016 et en ordonnée, à la valeur de son indice de spécificité dédié en 2016.

Estimation de l'emploi salarié dans le multimédia en juillet 2017

Source : Diane +, Bureau Van Dijk- traitement : aua/T

	Code d'activité	Libellé d'activité	Effectifs salariés (estim. juillet 2017)	Nombre d'établissements
Toulouse Métropole	5829A	Édition de logiciels système et de réseau	120	9
	5829B	Edition de logiciels outils de développement et de langages	moins de 10	1
	5829C	Édition de logiciels applicatifs	770	62
	6201Z	Programmation informatique	1 590	110
	6209Z	Autres activités informatiques	530	16
			3 890	**200**
Sicoval	5821Z	Édition de jeux électroniques	40	3
	5829A	Édition de logiciels système et de réseau	70	4
	5829C	Édition de logiciels applicatifs	760	17
	6201Z	Programmation informatique	380	35
	6209Z	Autres activités informatiques	20	4
			1 280	**63**

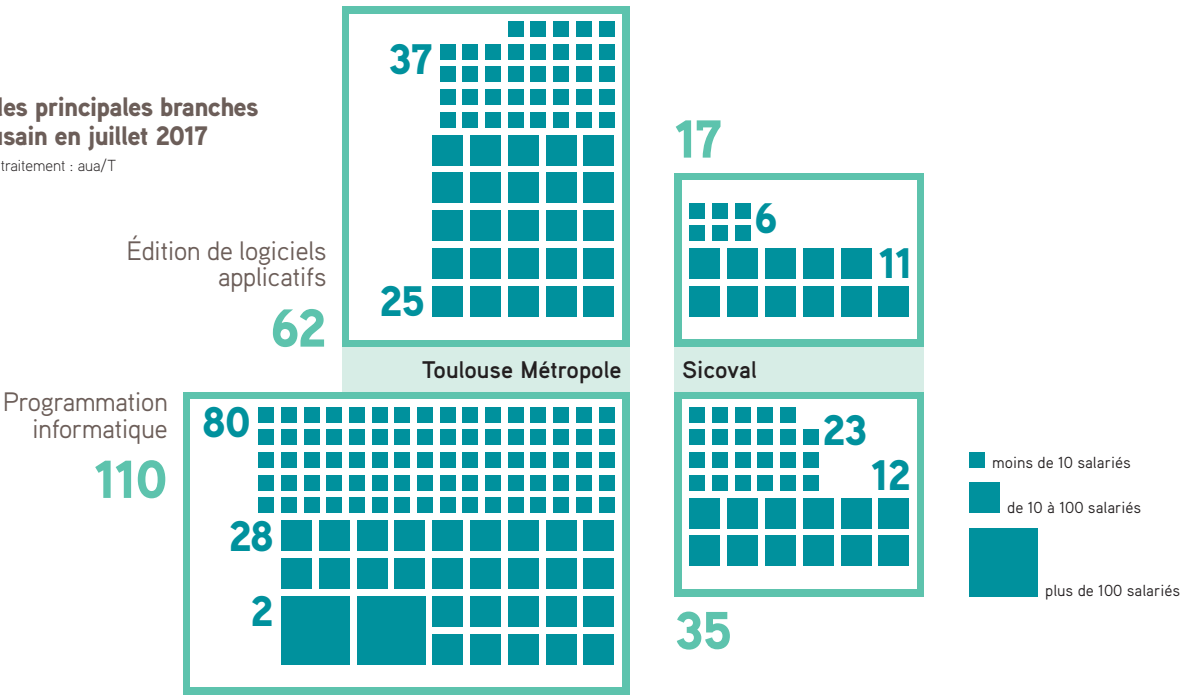
Avertissement : Les données correspondantes à l'effectif salarié dans les différents secteurs du multimédia ont été estimées par l'aua/T à partir de diverses données et ne peut en aucun cas être comparé à celui issu des données l'Acoss au 31/12/2016, leur niveau de consolidation n'étant en particulier pas le même.

Dans la majorité des cas dans l'aire urbaine de Toulouse, les établissements identifiés sont des établissements principaux. Par contre, il arrive que l'essentiel de l'emploi salarié dans une branche soit le fait d'une filiale d'une entreprise dont le siège social se situe ailleurs. C'est notamment le cas dans l'édition de logiciels applicatifs avec Berger-Levrault à Labège qui «pèse » plus de la moitié de l'emploi salarié concerné dans le Sicoval et dont le siège social est à Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine).

Par ailleurs, de la consultation de la liste des activités principales des acteurs employant au 50 salariés dans le multimédia montre que dans ce secteur, toutes les entreprises ne répondent pas complétement aux critères des ICC. Si leurs productions résultent d'un acte créatif et comportent une dimension marchande, certaines d'entre elles ont davantage une vocation technique qu'esthétique. Il s'agit d'une limite de l'approche des ICC par secteurs d'activité qui se retrouve dans l'ensemble des métropoles étudiées.

Tissus économique des principales branches du multimédia toulousain en juillet 2017

Source : Diane +, Bureau Van Dijk- traitement : aua/T



Employeurs d'au moins 50 salariés dans le multimédia toulousain en juillet 2017

Source : Diane +, Bureau Van Dijk- traitement : aua/T

Nom de l'entreprise	Effectif salariés (estim. juillet 2017)	Établissement principal	Activité principale	Code de l'activité principale	Commune d'implantation	Territoire
CS SYSTEMES D'INFORMATION	570	non	Programmation informatique	6201Z	Toulouse	Toulouse Métropole
BERGER LEVRAULT	410	non	Édition de logiciels applicatifs	5829C	Labège	Sicoval
INFOTEL CONSEIL	350	non	Programmation informatique	6201Z	Blagnac	Toulouse Métropole
BPCE INFOGERANCE ET TECHNOLOGIES BPCE-IT	120	non	Autres activités informatiques	6209Z	Balma	Toulouse Métropole
T-SYSTEMS FRANCE	90	non	Programmation informatique	6201Z	Toulouse	Toulouse Métropole
CEGEDIM ACTIV	70	non	Édition de logiciels applicatifs	5829C	Labège	Sicoval
FORSK	70	oui	Édition de logiciels applicatifs	5829C	Blagnac	Toulouse Métropole
ARTAL TECHNOLOGIES	70	oui	Programmation informatique	6201Z	Labège	Sicoval
TECH MAHINDRA LIMITED	60	non	Programmation informatique	6201Z	Colomiers	Toulouse Métropole
PROS FRANCE SAS	60	oui	Édition de logiciels applicatifs	5829C	Labège	Sicoval
MISSLER SOFTWARE	60	non	Édition de logiciels système et de réseau	5829A	Ramonville-St-Agne	Sicoval
LABSOFT	60	oui	Programmation informatique	6201Z	Labège	Sicoval
INFORMATIQUE GRAPHISME ENERGETIQUE	50	oui	Édition de logiciels applicatifs	5829C	Colomiers	Toulouse Métropole
C TOUT VERT	50	oui	Programmation informatique	6201Z	Toulouse	Toulouse Métropole
SOPRA BANKING SOFTWARE	50	non	Édition de logiciels système et de réseau	5829A	Colomiers	Toulouse Métropole
ORANGE CONNECTIVITY AND WORKSPACE SERVICES	50	non	Programmation informatique	6201Z	Blagnac	Toulouse Métropole

Le cinéma d'animation, un secteur toulousain porteur et un élément de spécificité pour les métropoles d'Occitanie

Les activités relevant de la convention collective de la production de films d'animation n° 2412 constituent le champ d'étude du cinéma d'animation :

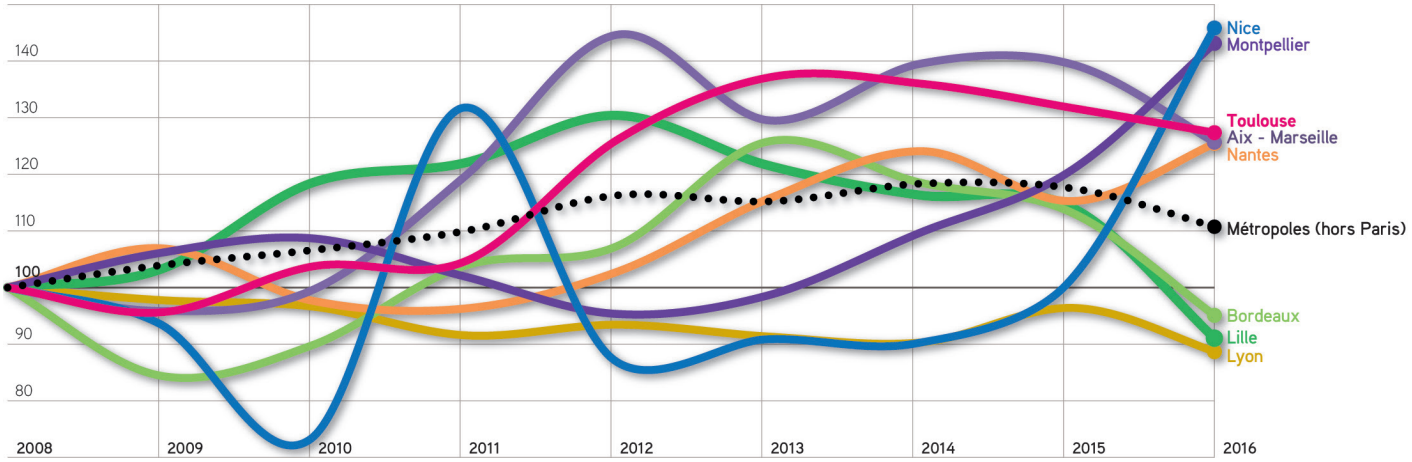
- production de films et de programmes pour la télévision,
- production de films institutionnels et publicitaires,
- production de films pour le cinéma,
- post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision,

Ont également été rajoutées les activités d'enregistrement sonore et édition musicale qui comprennent, outre les actions d'enregistrement sonore en studio ou ailleurs, celles de production de matrices sonores originales, celles de leur mise à disposition, de promotion et de distribution, les services qui relèvent de l'édition musicale, c'est-à-dire les activités d'exploitation des droits (copyright) associés aux compositions musicales, de promotion, d'autorisation et d'utilisation de ces compositions dans des enregistrements, à la radio, à la télévision, dans des films, des spectacles, sur des supports imprimés ou dans d'autres médias. Les unités actives dans ce domaine peuvent détenir les droits de propriété intellectuelle ou agir pour le compte de leur détenteur. Ces cinq grands types d'activités appartiennent au domaine de l'audiovisuel précédemment évoqué. Quant aux libellés d'activités, ils sont issus de la nomenclature des activités françaises (NAF).

Entre 2008 et 2016, l'emploi salarié privé s'accroit dans le cinéma d'animation au rythme de + 1,2 %/an dans l'ensemble des métropoles.
Toulouse présente un niveau de spécialisation dans la moyenne par rapport aux autres métropoles (indice de spécificité de 1,0) légèrement inférieur à ceux d'Aix-Marseille, Lille, et Nice (1,1 pour chacune d'elles). En 2016, seule Montpellier, et Lyon dans une moindre mesure, se distingue par un haut niveau de spécialisation avec respectivement, 2,9 et 1,6.

Évolution de l'emploi salarié dans le cinéma d'animation par métropole (base 100 en 2008)

Source : Acoss - traitement : aua/T

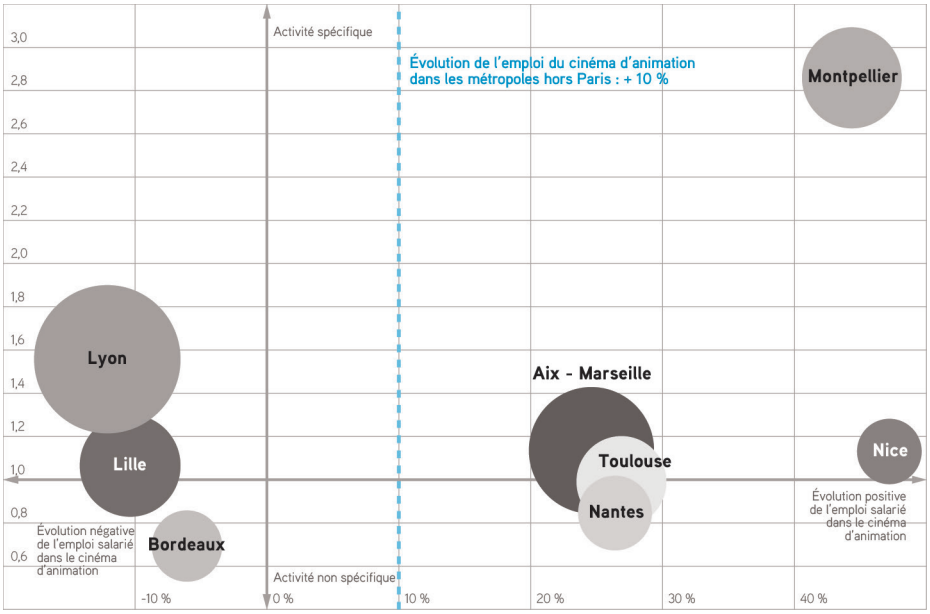


À l'échelle de l'ensemble des métropoles étudiées, près de 5 200 salariés sont employés dans le cinéma d'animation dont 60 % se trouvent à Lyon (1 080 postes soit 21 %), Aix-Marseille (780 soit 15 %), Lille (510 soit 10 %), Montpellier (500 soit 10 %) et Toulouse (410 soit 7 %). Les autres métropoles comptent chacune moins de 300 salariés dans ce secteur. Pour Toulouse, 21 % de l'effectif salarié relève des activités de production de films pour le cinéma et 56 % de la production de films institutionnels et publicitaires.

L'effectif salarié privé dans le cinéma d'animation connait entre 2008 et 2016 un dynamisme qui est du même ordre qu'à Aix-Marseille (+ 3 %/an soit + 90 postes et + 2,8 %/an soit + 150) mais moins marqué qu'à Montpellier (+ 4,7 %/an soit + 150). Sur cette période, l'emploi dans le cinéma d'animation recule à Lyon et à Lille (- 1,6 %/an soit - 150 et - 1,4 %/an soit - 60).
En juillet 2017, la filière du cinéma d'animation rassemble 69 établissements dans la métropole et représente 350 emplois salariés (estimation aua/T).

La spécificité des métropoles en matière de cinéma d'animation en 2016

Source : Acoss - traitement : aua/T



Le champ de la production de films et de programmes pour la télévision ainsi que celui de la production sonore et de l'édition musicale sont constitués de petites structures en matière de salariés (moins de 10). La production de films institutionnels et publicitaires est le champ du cinéma d'animation qui comporte le plus de salariés (160) et de structures (31). Parmi ces dernières, six émergent par leur taille en effectifs : Anagram Audiovisuel, EXM Company, La Trame, Master Films, W2P Production, XBO Films. En matière de production de films pour le cinéma, il existe onze acteurs dont un seul, TAT et ses deux entités, pèse pour plus de deux tiers de l'effectif salariés du champ. Concernant les activités de post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, il existe quatre acteurs dont deux (Videlio-Events et La Solution RF) représente les trois quarts de la quarantaine de salariés du champ.

De la consultation des comptes annuels et de leurs documents connexes quand ils sont consultables auprès du greffe du Tribunal de commerce compétent, il ressort que :

- 2 entités produisant des films institutionnels et publicitaires dépassent les 4 millions d'euros de chiffre d'affaire (Master Films et EXM Company),
- 1 seule (TAT Productions) a un bilan comptable d'une taille supérieure à 10 millions d'euros, les 2 suivantes font état d'actifs évalués à moins de 5 millions d'euros,
- 2 (XBO Films et TAT Productions) ont au moins 40% de leur actif comptable représenté par des immobilisations incorporelles (droits d'auteurs, brevets ...).

Employeurs de plus de 10 salariés dans le cinéma d'animation toulousain en juillet 2017

Source : Diane +, Bureau Van Dijk- traitement : aua/T

Nom de l'entreprise	Effectif salariés (estim. juillet 2017)	Activité principale	Code de l'activité principale	Commune d'implantation
TAT (STUDIO & PRODUCTIONS)	60	Production de films pour le cinéma	5911C	Toulouse
MASTER FILMS	40	Production de films institutionnels et publicitaires	5911B	Toulouse
VIDELIO-EVENTS	20	Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision	5912Z	Toulouse
W2P PRODUCTION	10	Production de films institutionnels et publicitaires	5911B	Toulouse
XBO FILMS	10	Production de films institutionnels et publicitaires	5911B	Toulouse
LA TRAME	10	Production de films institutionnels et publicitaires	5911B	Toulouse
LA SOLUTION R F	10	Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision	5912Z	Toulouse
ANAGRAM AUDIOVISUEL	10	Production de films institutionnels et publicitaires	5911B	Saint-Jory

Quelques définitions complémentaires

France Créative

Créé en 2012, France Créative est d'abord le regroupement, constitué par la suite en association loi 1901, des acteurs de toutes les filières des secteurs culturels et créatifs ayant fait émerger dans le débat national et européen le poids de l'économie culturelle et créative par la publication de panoramas économiques. Les partenaires de France Creative sont : AACC (Association des Agences-Conseils en Communication), ADAGP (Société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques), Adami (Société civile pour l'administration des droits des artistes et musiciens interprètes), Audiens, Association IPG (Association de la Presse d'Information Politique et Générale), CNC (Centre National du Cinéma et de l'image animée, CSDEM (Chambre syndicale de l'Édition Musicale), ESML (Le syndicat des Éditeurs de Services de Musique en Ligne), Fesac (Fédération des entreprises du spectacle vivant, de la musique, de l'audiovisuel et du cinéma), FNAC, Forum d'Avignon, Pictanovo (Communauté de l'image en Nord-Pas-de-Calais), Pôle Numérique et culturel Euralens, Prodiss (Syndicat national des producteurs, diffuseurs et salles de spectacle), Sacem (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique), SAIF (Société des Auteurs des arts visuels et de l'Image Fixe), Scam (Société Civile des Auteurs Multimédia), SNE (Syndicat national de l'édition), SNJV (Syndicat National du Jeu Vidéo), SPCS (Syndicat de la Presse Culturelle et Scientifique), SPQN (Syndicat de la Presse Quotidienne Nationale), SRF (Société des Réalisateurs de Films).

Non-salariés

Les non-salariés désignent l'ensemble des affiliés à un régime social non salarié, dont les cotisations sociales sont recouvrées par le régime social des indépendants (RSI), l'Urssaf ou la Mutualité sociale agricole selon le profil et le risque couvert. Tous les pluriactifs (percevant à la fois des revenus d'activité salariaux et non salariaux) sont pris en compte, y compris ceux exerçant à titre principal une activité salariée.
On distingue les non-salariés « classiques », entrepreneurs individuels « classiques » ou gérants majoritaires de sociétés, et les auto-entrepreneurs.
L'auto-entreprenariat est un régime spécifique créé dans le cadre de la loi de modernisation de l'économie du 4/08/2008 et mis en place au 1/01/2009 pour les entreprises individuelles qui relèvent du régime fiscal de la micro-entreprise. Il offre des formalités de création d'entreprise allégées ainsi qu'un mode de calcul et de paiement simplifiés des cotisations et contributions sociales.

Métropole

D'après l'article L.5217-1 du Code général des collectivités territoriales, modifié par l'article 70 de la loi n°2017-257 du 28/02/2017, la métropole est un établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre regroupant plusieurs communes d'un seul tenant et sans enclave au sein d'un espace de solidarité pour élaborer et conduire ensemble un projet d'aménagement et de développement économique, écologique, éducatif, culturel et social de leur territoire afin d'en améliorer la cohésion et la compétitivité et de concourir à un développement durable et solidaire du territoire régional. Elle valorise les fonctions économiques métropolitaines, ses réseaux de transport et ses ressources universitaires, de recherche et d'innovation, dans un esprit de coopération régionale et interrégionale et avec le souci d'un développement territorial équilibré.
Depuis la loi de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (loi MAPTAM) de 2014, il s'agit de la forme la plus intégrée d'intercommunalité. Lors de sa création, la métropole se substitue de droit aux EPCI qui étaient dans son périmètre.
Sous réserve d'un accord exprimé par deux tiers au moins des conseils municipaux des communes intéressées représentant plus de la moitié de la population totale de celles-ci ou par la moitié au moins des conseils municipaux des communes représentant les deux tiers de la population, peuvent obtenir par décret le statut de métropole, à leur demande :

1. Les établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre qui forment, à la date de la création de la métropole, un ensemble de plus de 400 000 habitants ;
2. Les établissements publics de coopération intercommunale, non mentionnés au deuxième alinéa et au 1° du présent article, centres d'une zone d'emplois de plus de 400 000 habitants, au sens de l'Institut national de la statistique et des études économiques, et qui exercent en lieu et place des communes, conformément au présent code, les compétences énumérées au I de l'article L.5217-2 à la date de l'entrée en vigueur de la loi n° 2014-57 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ;
3. Les établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre centres d'une zone d'emplois de plus de 400 000 habitants, au sens de l'Insee ;
4. Les établissements publics de coopération intercommunale à fiscalité propre de plus de 250 000 habitants ou comprenant dans leur périmètre, au 31/12/2015, le chef-lieu de région, centres d'une zone d'emplois de plus de 500 000 habitants, au sens de l'Insee.

Pour les établissements publics de coopération intercommunale mentionnés au 2°, ce décret prend en compte, pour l'accès au statut de métropole, les fonctions de commandement stratégique de l'État et les fonctions métropolitaines effectivement exercées sur le territoire de l'établissement public de coopération intercommunale, ainsi que son rôle en matière d'équilibre du territoire national.
Toutes les compétences acquises par un établissement public de coopération intercommunale antérieurement à sa transformation en métropole sont transférées de plein droit à la métropole.

Pour aller plus loin

- Loget M., Desray X., Morineau M., « Les industries culturelles et créatives en Région Pays-de-Loire », Auran, Aura, Addrn, septembre 2016
- « Panorama des industries culturelles et créatives en France », France Créative et EY, novembre 2013 et octobre 2015
- Camors C., Soulard O., « L'écosystème créatif en Île-de-France », IAU, mai 2015
- Sagot-Duvauroux D., « Du cluster créatif à la ville créative, fondements économiques », Les territoires de collaboration, Actes du Forum de l'Innovation Culturelle du 3/12/2013, Pôle Industries culturelles et patrimoine, 2014,
- Bouquillion Philippe, Le Corf Jean-Baptiste, « Les industries créatives et l'économie créative dans les rapports officiels européens, rapport pour le département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la Culture et de la Communication », Centre d'étude des médias, des technologies et de l'internalisation, Université Paris 8, mai 2010
- Camors C., Soulard O., « Les industries créatives en Île-de-France, un nouveau regard sur la métropole », IAU, mars 2010
- Söndermann M., Backes C., « Culture and Creative Industries in Germany, Research Report », Federal Ministry of Economics and Technology and Federal Government Commissioner for Culture and the Media, february 2009.
- « Creative Britain : New Talents for the New Economy », Department for Culture, Media and Sport, United Kingdom, february 2008