



**HAL**  
open science

## Diagnostic stratégique de territoire “ Les industries culturelles et créatives sur le territoire métropolitain d’Aix-Marseille Provence ”

Edina Soldo, Djelloul Arezki, Bérénice Kubler

► **To cite this version:**

Edina Soldo, Djelloul Arezki, Bérénice Kubler. Diagnostic stratégique de territoire “ Les industries culturelles et créatives sur le territoire métropolitain d’Aix-Marseille Provence ”. Chaire organisations et territoires des arts, de la culture et de la création. 2023. hal-04311931

**HAL Id: hal-04311931**

**<https://hal.science/hal-04311931>**

Submitted on 28 Nov 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

CHAIRE OTACC

# DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE DE TERRITOIRE

« *Les industries culturelles et créatives  
sur le territoire métropolitain  
d'Aix-Marseille Provence* »

SOLDO Edina, OTACC, IMPGT – AMU – InCIAM – CERGAM  
AREZKI Djelloul, OTACC, IMPGT – AMU – InCIAM – CERGAM  
KUBLER Bérénice, OTACC, EUR Creates, CREDEG

Le diagnostic stratégique proposé ici vise à fournir une **analyse territorialisée de la filière d'activités des arts, de la culture et de la création sur le territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence.**

Plus particulièrement, il se concentre sur la **cartographie des acteurs** de la filière et contribue à **l'identification et la caractérisation** de ces acteurs.

Il s'agit ainsi, sur la base d'une analyse territoriale de répondre aux trois questions suivantes :

- Qui sont les acteurs de la filière des Industries Culturelles et Créatives (ICC) ?
- Où sont localisés les acteurs de la filière des ICC ?
- Quelles sont les caractéristiques économiques, juridiques, sociales etc... des acteurs de la filière des ICC ?

# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE</b>	<b>3</b>
<b>LES ICC SUR LE TERRITOIRE METROPOLITAIN D'AIX-MARSEILLE PROVENCE</b>	<b>5</b>
<b>SOURCE DU DIAGNOSTIC TERRITORIAL STRATÉGIQUE</b>	<b>5</b>
<b>SYNTHÈSE DE LA CARTOGRAPHIE DES ACTEURS CULTURELS ET CRÉATIFS DU TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLÉ D'AIX-MARSEILLE PROVENCE</b>	<b>6</b>
<b>Qui sont les acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain ?</b>	<b>6</b>
<b>Où sont les acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence ?</b>	<b>7</b>
<b>Dans quel cadre organisationnel les acteurs culturels et créatifs exercent-ils leur activité ?</b>	<b>7</b>
<b>CARTOGRAPHIE DÉTAILLÉE DES ACTEURS CULTURELS ET CRÉATIFS SUR LE TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLÉ D'AIX-MARSEILLE PROVENCE</b>	<b>8</b>
<b>I - Approche filière : Une grande diversité des acteurs culturels et créatifs sur le territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence</b>	<b>8</b>
<b>1.1. Des acteurs culturels et créatifs répartis dans 12 domaines principaux d'activité</b>	<b>9</b>
1.1.1. Une part élevée des effectifs de la filière culturelle et créative au sein des entreprises du territoire de la métropole	9
1.1.2. Une répartition inégale des effectifs selon les domaines principaux d'activité	10
<b>1.2. Deux logiques de spécialisation par métier au sein de la filière territoriale : logique disciplinaire VS logique fonctionnelle</b>	<b>10</b>
1.2.1. Deux domaines transversaux d'activité : l'administration et l'enseignement	11
1.2.2. Un cœur de métier fondé sur la spécialisation artistique ou créative : le patrimoine, les arts visuels et les autres activités récréatives	12
1.2.3. Un cœur de métier fondé sur une spécialisation fonctionnelle de filière : architecture, livre, presse, spectacle vivant, numérique et publicité	13
1.2.4. Un cœur de métier fondé sur la double spécialisation par média et par fonction : l'audiovisuel	16
<b>II. Approche territoriale : Une double logique de concentration des acteurs culturels et créatifs par territoire et par ville</b>	<b>17</b>
<b>2.1. Une forte logique de concentration spatiale des acteurs culturels et créatifs : l'attractivité des territoires de Marseille Provence et du Pays d'Aix</b>	<b>18</b>
2.1.1. Une tendance majeure à la concentration spatiale sur le territoire de Marseille Provence : la filière traditionnelle des industries culturelles	20
2.1.2. Une double polarisation au sein de Marseille Provence et du Pays d'Aix : filière des industries créatives VS héritage	22
2.1.3. Une concentration spatiale à nuancer selon le cœur de métier : spectacle vivant, enseignement et autres activités récréatives	25
<b>2.2. Une forte logique de concentration urbaine des acteurs culturels et créatifs métropolitains</b>	<b>28</b>
2.2.1. Un effet de polarisation autour des villes centres	28
2.2.2. La particularité de Marseille : une logique de « clusters » au sein des villages marseillais	30

**III. Approche organisationnelle : Jeunesse et hétérogénéité des acteurs culturels et créatifs du territoire d'Aix-Marseille Provence 37**

**3.1. La filière culturelle et créative sur le territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence : un tissu d'acteurs majoritairement récent 37**

- 3.1.1. L'ancienneté des acteurs de l'administration et du patrimoine : un reflet de la logique politique volontariste de « décentralisation culturelle » à la française 37
- 3.1.2. Les acteurs du spectacle vivant et de la presse : un fort taux de création ces trente dernières années 39
- 3.1.3. La jeunesse des acteurs du livre, de l'audiovisuel, du numérique, de la publicité, de l'architecture et des arts visuels : le bouleversement technologique du numérique 40
- 3.1.4. La jeunesse des acteurs de l'enseignement et des autres activités récréatives : un résultat contre-intuitif 41

**3.2. La filière culturelle et créative sur le territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence : un tissu d'acteurs très hétérogène 43**

- 3.2.1. Une nette prédominance des acteurs de statut privé et de très petite taille 45
- 3.2.2. Des choix de statuts adaptés en fonction de la logique « métier » au sein de la filière culturelle et créative 46

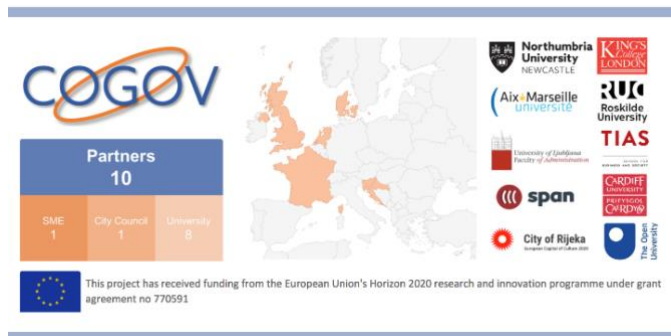
**ANNEXES : CADRAGE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE DU DIAGNOSTIC TERRITORIAL STRATÉGIQUE 54**

- ANNEXE 1 : Le concept de chaîne de valeur territoriale : pour une représentation spatiale et conceptuelle des acteurs de la filière 55
- ANNEXE 2 : Les facteurs de contingence des organisations de la filière ICC 58
- ANNEXE 3 : Protocole de recherche : analyse quantitative et analyse spatiale d'une base de données des acteurs de la filière ICC de la métropole d'Aix Marseille 62
- ANNEXE 4 : Classification des extractions NAF (NAF rév. 2) par grands secteurs économiques (source – INSEE) 71
- ANNEXE 5 : Définition des grands secteurs économiques À partir des extractions NAF (source – INSEE) 75

## LES ICC SUR LE TERRITOIRE METROPOLITAIN D'AIX-MARSEILLE PROVENCE SOURCE DU DIAGNOSTIC TERRITORIAL STRATÉGIQUE

Les données et résultats de ce diagnostic territorial stratégique sont issus d'une recherche menée par l'équipe de la chaire OTACC, dans le cadre du projet européen COGOV<sup>1</sup>.

Ce projet, réunissant 10 partenaires répartis dans 6 pays européens, avait pour objectif d'identifier et d'analyser des pratiques de renouvellement de la gouvernance publique et de la gestion des administrations publiques européennes et territoriales, via le renforcement de la participation des citoyens et parties prenantes concernées.



Dans le cadre du projet COGOV, l'équipe de la chaire OTACC a piloté l'axe de recherche portant sur la co-construction des stratégies culturelles territoriales. Deux stratégies métropolitaines ont tout particulièrement fait l'objet d'une comparaison, celles d'Aix Marseille Provence et de Londres. Le diagnostic stratégique du territoire métropolitain a constitué le préalable de cette recherche. Les données recueillies ont été collectées durant l'année 2019.

### Pour consulter les résultats de cette recherche dans son ensemble :

SOLDO, E., AREZKI, D., MOUSTIER E., (2021), *Final report – A model for co-construction of a territorial cultural strategy. July 2021* - Deliverable 5.3 – COGOV project financed by H2020 funds (grant agreement 770591).

[http://cogov.eu/wp-content/uploads/2021/07/COGOV\\_WP5\\_Deliverable-5.3\\_Final\\_Report.pdf](http://cogov.eu/wp-content/uploads/2021/07/COGOV_WP5_Deliverable-5.3_Final_Report.pdf)

AREZKI, D., SOLDO, E., CARMOUZE L., MOUSTIER E., MARKMANN E., (2021), *Interim report on management of stakeholder governance in the cultural field (Aix-Marseille Provence and London Cases). April 2021* - Deliverable 5.2 – COGOV project financed by H2020 funds (grant agreement 770591). [http://cogov.eu/wp-content/uploads/2021/07/COGOV\\_WP5\\_Deliverable-5.2-Report.pdf](http://cogov.eu/wp-content/uploads/2021/07/COGOV_WP5_Deliverable-5.2-Report.pdf)

SOLDO, E., AREZKI, D., MOUSTIER E., PERES, R., (2020), *Interim report on stakeholder strategic management in the cultural field (Aix-Marseille). Deliverable 5.1* – COGOV project financed by H2020 funds (grant agreement 770591). <http://cogov.eu/publications/deliverables/>

<sup>1</sup> COGOV Project – H2020 Funds - Grant agreement 770591 (2018-2022)

## SYNTHÈSE DE LA CARTOGRAPHIE DES ACTEURS CULTURELS ET CRÉATIFS DU TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLE D'AIX-MARSEILLE PROVENCE

Le recensement fin des acteurs dont le **domaine principal d'activité relève du secteur culturel et créatif** et dont le siège de l'entité productive est localisé sur le territoire de la métropole d'Aix-Marseille Provence, permet d'identifier un effectif de **23 433 entités** privées et publiques actuellement en activité (données de 2019)<sup>2</sup>.

A l'instar de ce que l'on observe dans le secteur au niveau national, cet ensemble est marqué par une **grande hétérogénéité** tant dans les activités qu'il recouvre que dans les caractéristiques des organisations qui le composent.

### Qui sont les acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain ?

Il apparaît que les effectifs des acteurs culturels et créatifs du territoire d'Aix-Marseille Provence se répartissent en **12 principaux domaines d'activité**, définis en fonction de leur catégorisation Nomenclature d'Activités Françaises<sup>3</sup>. **9 domaines** d'activités sont considérés comme **directement culturels**, tandis que **les 3 autres** sont considérés comme **indirectement culturels**.

**La grande majorité** des domaines d'activités au sein desquels opèrent ces acteurs relève des **activités de service aux particuliers**. Un petit nombre d'entre eux regroupent également des acteurs engagés dans une activité de service aux entreprises, voire, de façon marginale, dans des activités industrielles ou de commerce.

**La filière culturelle et créative constitue un tissu d'acteurs nombreux**. Au global, l'ensemble des effectifs des activités culturelles et créatives recensés sur le territoire de la métropole représente une part élevée du nombre d'entreprises existantes au 31 décembre 2017. Ils représentent notamment **26 % du total des entreprises de service** (aux particuliers et aux entreprises).

Au sein de chaque domaine d'activités, **les acteurs exercent une diversité de métiers**. Si dans certains domaines (patrimoine, arts visuels et autres), la diversité des métiers et la catégorisation des acteurs semble résulter d'une **spécialisation des organisations autour d'une discipline artistique ou créative centrale**, dans les autres, majoritaires, (architecture, livre, presse, spectacle vivant, numérique et publicité), elle semble être le fruit de la **spécialisation des organisations autour d'une fonction spécifique au sein de la chaîne de valeur** dans une logique de filière productive (amont – aval). Un domaine, celui de l'audiovisuel apparaît comme la synthèse de ces deux approches. Ses acteurs se répartissent à la fois selon leur média principal d'activité et en fonction de leur position au sein de la chaîne de valeur de la filière.

<sup>2</sup> Pour le détail du cadre conceptuel et méthodologique du diagnostic territorial stratégique des acteurs des ICC sur le territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence : cf. Annexes « Cadrage théorique et méthodologique du diagnostic territorial stratégique » p. 61

<sup>3</sup> Codes de la Nomenclature d'Activités Française – NAF – Déclaration de l'organisation auprès de l'INSEE – Recensement au sein du répertoire SIRENE cf. Annexe 4 p.76

## Où sont les acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence ?

La **répartition territoriale** des acteurs culturels et créatifs sur le territoire est assez **déséquilibrée**. Une première **logique de concentration géographique** des acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence est identifiable **au sein de deux territoires phares, Marseille Provence et le Pays d'Aix**.

Au-delà du déséquilibre territorial observé une seconde logique de concentration apparaît au sein des zones urbaines, générant un fort **déséquilibre dans leur répartition géographique apparaît entre zones rurales et zones urbaines**. Les effectifs culturels et créatifs sont en effet également **fortement polarisés au sein des villes centres** des territoires observés. Parmi ces différentes villes centres, **le cas de Marseille est tout à fait spécifique** et mérite que l'on s'y attarde.

## Dans quel cadre organisationnel les acteurs culturels et créatifs exercent-ils leur activité ?

Lorsque l'on caractérise les acteurs de la filière culturelle et créative du territoire d'Aix-Marseille Provence en fonction de la date de création de leur organisation, on est frappé par la **jeunesse de ce tissu économique**. En effet, 91,6 % des effectifs recensés ont implanté leur organisation sur le territoire il y a moins de trente ans et **plus de 50 % d'entre eux l'ont créée il y a moins de 10 ans**.

Lorsque l'on caractérise les acteurs de la filière culturelle et créative du territoire d'Aix-Marseille Provence en fonction du statut juridique de leur organisation, on est frappé par leur **grande hétérogénéité**. On identifie **68 statuts juridiques** sous lesquels leurs organisations sont enregistrées. Cette diversité de statuts juridiques peut permettre, d'un point de vue macro, de distinguer certaines logiques organisationnelles et économiques sous-jacentes. **Deux grandes logiques économiques et organisationnelles émergent**. Une première qui relève plutôt d'une **logique publique ou d'utilité sociale en soutien des activités artistiques individuelles** et qui s'incarne dans la prédominance d'organisations publiques, de l'ESS et selon les domaines de micro-organisations privées (dans les domaines de l'administration, du patrimoine, de l'enseignement, du spectacle vivant et des autres activités récréatives). La seconde, qui relève plutôt d'une **logique commerciale et lucrative, en soutien des activités créatives individuelles** et s'incarne dans la prédominance d'organisations commerciales ou de micro-organisations privées (dans les domaines de l'architecture, des arts visuels, du livre, de la presse, du numérique et de la publicité). **Seul le domaine de l'audiovisuel se distingue avec une logique hybride**, au sein de laquelle la spécialisation par métier oriente les organisations vers l'une ou l'autre des logiques évoquées ci-dessus.



# CARTOGRAPHIE DÉTAILLÉE DES ACTEURS CULTURELS ET CRÉATIFS SUR LE TERRITOIRE DE LA MÉTROPOLÉ D'AIX-MARSEILLE PROVENCE

La cartographie des acteurs de la filière d'activité des arts, de la culture et de la créativité du territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence s'organise en fonction de trois critères :

- Critère 1 – approche filière : catégorisation par domaine d'activité et par métier (I)
- Critère 2 – approche territoriale – catégorisation selon la localisation géographique (II)
- Critère 3 – approche organisationnelle – catégorisation selon l'ancienneté et le statut juridique (III)

## **I - Approche filière : Une grande diversité des acteurs culturels et créatifs sur le territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence**

Nous proposons ici une première caractérisation des acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain, selon la nature de leur activité principale.

Pour ce faire, une première analyse du domaine principal d'activité est proposée. Les organisations recensées sont ainsi recensées et classées en fonction de la codification établie par la NAF (cf. annexe 4, p.76). Cette analyse permet de catégoriser les acteurs selon leur appartenance à un ensemble relativement homogène d'activités relevant d'une spécialisation sectorielle.

Cette première catégorisation est ensuite affinée par une classification en fonction du cœur de métier que les acteurs exercent au sein de chaque domaine, cœur de métier défini de façon « macro », par le code NAF auquel ils appartiennent. Cette deuxième analyse permet notamment d'identifier certaines logiques relatives à la structuration des principaux domaines d'activités culturelles et créatives, résultant d'une spécialisation par domaine artistique ou par fonction dans une approche économique de filière.

## **1.1. Des acteurs culturels et créatifs répartis dans 12 domaines principaux d'activité**

La première caractérisation de l'ensemble des acteurs recensés relève donc de leur domaine principal d'activité. Il apparaît ainsi que les effectifs des acteurs culturels et créatifs du territoire d'Aix-Marseille Métropole se répartissent en 12 principaux domaines d'activité, définis en fonction de leur catégorisation NAF.

Cette première analyse permet de recenser 23 433 acteurs localisés sur le territoire d'Aix-Marseille Provence Métropole, impliqués dans des activités productives relevant de la filière des industries culturelles et créatives entendue dans cette définition extensive. Parmi eux, 14 517 acteurs se retrouvent classés au sein des domaines d'activités considérées comme directement culturelles (9 domaines), tandis que 8 916 acteurs, opèrent dans des domaines d'activités considérées comme indirectement culturelles. La grande majorité des domaines d'activités au sein desquels opèrent ces acteurs relève des activités de service aux particuliers. Un petit nombre d'entre eux regroupent également des acteurs engagés dans une activité de service aux entreprises, voire, de façon marginale, dans des activités industrielles ou de commerce.

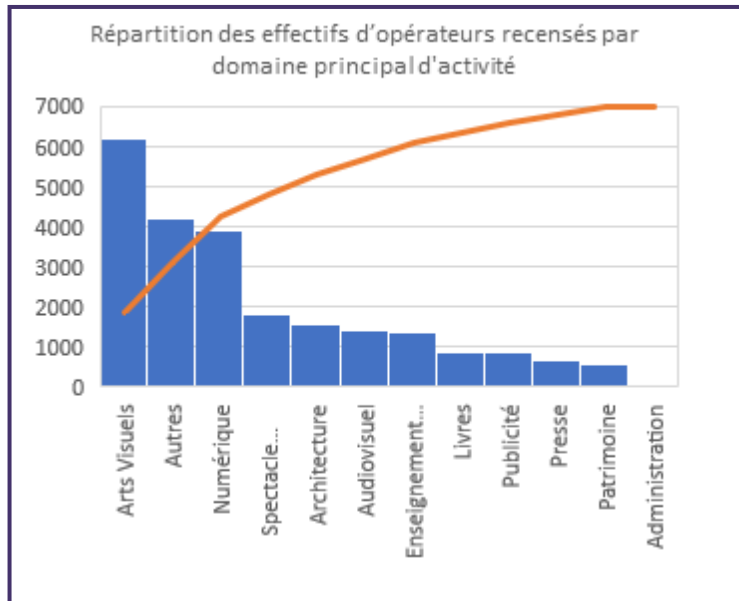
### ***1.1.1. Une part élevée des effectifs de la filière culturelle et créative au sein des entreprises du territoire de la métropole :***

Au global, l'ensemble des effectifs des activités culturelles et créatives recensés sur le territoire de la métropole représente donc une part importante du nombre d'entreprises existantes au 31 décembre 2017. Rapportées à l'ensemble des entreprises des secteurs de l'industrie, du commerce et des services aux particuliers et aux entreprises, les entités productives de la filière des industries culturelles et créatives représentent ainsi 16 % du total. Si l'on affine l'analyse en se focalisant sur le secteur des services, le ratio est beaucoup plus élevé étant donné qu'elles représentent 27 % du total des entreprises de service (aux particuliers et aux entreprises) et 59 % du total des seules entreprises de services aux particuliers.

Plus spécifiquement, les 9 domaines d'activités considérées comme essentiellement culturelles représentent 16 % du total des entreprises de service (aux particuliers et aux entreprises) et 37 % du total des entreprises de services aux particuliers. Les 3 domaines d'activités considérées comme indirectement culturelles représentent 10 % du total des entreprises de service (aux particuliers et aux entreprises) et 23 % du total des entreprises de services aux particuliers.

### 1.1.2. Une répartition inégale des effectifs selon les domaines principaux d'activité :

Trois domaines d'activité recensés présentent un nombre relativement élevé d'acteurs en activité par rapport aux autres, le domaine des "arts visuels", le domaine du "numérique" et le domaine "autres". Ainsi, on recense 6 215 entités économiques distinctes opérant dans le domaine des arts visuels, 4 195 entités dans le domaine "autres" et 3 877 entités distinctes dans le domaine du numérique. A l'inverse, seules 53 entités distinctes sont recensées dans le domaine de l'administration de la politique culturelle.



Remarque : Il est important de noter que les effectifs des acteurs recensés par domaine (entités juridiques et économiques distinctes) ne préjugent pas de leur poids en termes d'offre. Les caractéristiques organisationnelles de certains domaines d'activité (cf. plus loin) doivent en effet être prises en compte. Si certains domaines sont essentiellement composés d'organisations de petite taille et non employeuses, d'autres vont au contraire essentiellement recouvrir des organisations de grande taille et employeuses.

### 1.2. Deux logiques de spécialisation par métier au sein de la filière territoriale : logique disciplinaire VS logique fonctionnelle

Au sein de chaque domaine d'activités, les acteurs exercent une **diversité de métiers**. Afin de proposer une première catégorisation de cette diversité, il a été fait le choix de classer les acteurs recensés selon leur cœur de métier, identifié sur la base de leur classement au sein de la NAF. Il est ainsi intéressant de noter que **deux principales approches de la diversité des métiers émergent** lors de l'analyse de cette nomenclature d'activités françaises.

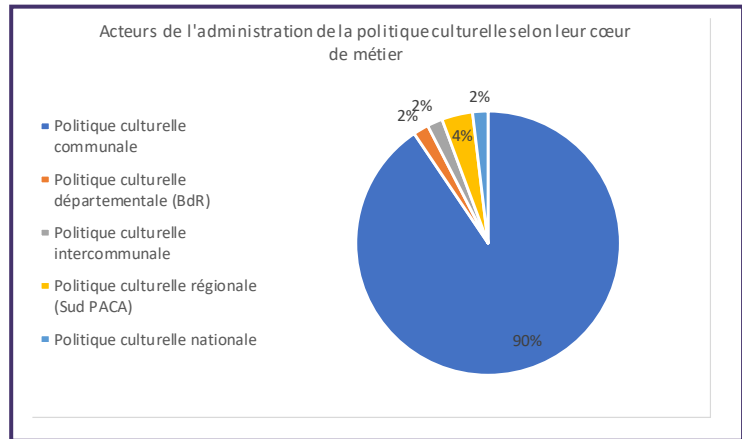
Si dans certains domaines (patrimoine, arts visuels et autres), la diversité des métiers et la catégorisation des acteurs semble résulter d'une **spécialisation des organisations autour d'une discipline artistique ou créative centrale**, dans les autres, majoritaires, (architecture, livre, presse, spectacle vivant, numérique et publicité), elle semble être le fruit de la **spécialisation des organisations autour d'une fonction spécifique** au sein de la chaîne de valeur **dans une logique de filière productive (amont – aval)**. Un domaine, celui de **l'audiovisuel** apparaît comme la **synthèse de ces deux approches**. Ses acteurs se répartissent à la fois selon leur média principal d'activité et en fonction de leur position au sein de la chaîne de valeur de la filière.

### 1.2.1. Deux domaines transversaux d'activité : l'administration et l'enseignement

Deux domaines font exception au sein de l'ensemble puisqu'il est à noter que la nomenclature d'activités françaises ne permet pas d'en détailler le cœur de métier. Il s'agit du domaine de **l'administration** de la politique culturelle, ainsi que celui de **l'enseignement** culturel spécialisé. Ces deux domaines, regroupent des acteurs qui assurent une fonction support et transversale à l'ensemble des autres domaines. L'analyse plus fine de la base de données permet alors d'identifier que les **acteurs de l'administration de la politique culturelle se répartissent selon une logique territoriale** (échelle du territoire administré), tandis que les **acteurs de l'enseignement artistique se répartissent en fonction de leur spécialisation dans une discipline artistique ou créative**.

#### Domaine : Administration de la politique culturelle

Il est important de souligner que la nomenclature d'activité française ne permet pas de caractériser l'ensemble des acteurs recensés dans le domaine de l'administration de la politique culturelle. Toutefois, une analyse plus fine de la base de données fait apparaître que, dans la logique de l'organisation du système public français, les 53 acteurs recensés peuvent être catégorisés selon leur cœur de métier « territorial ».



On observe alors que la très grande majorité des acteurs recensés (48) a pour cœur de métier la politique culturelle communale. On retrouve cependant, parmi les autres acteurs l'ensemble des logiques territoriales de la politique culturelle : la politique culturelle intercommunale (1), départementale (1), régionale (2) et nationale (1).

#### Domaine : Enseignement

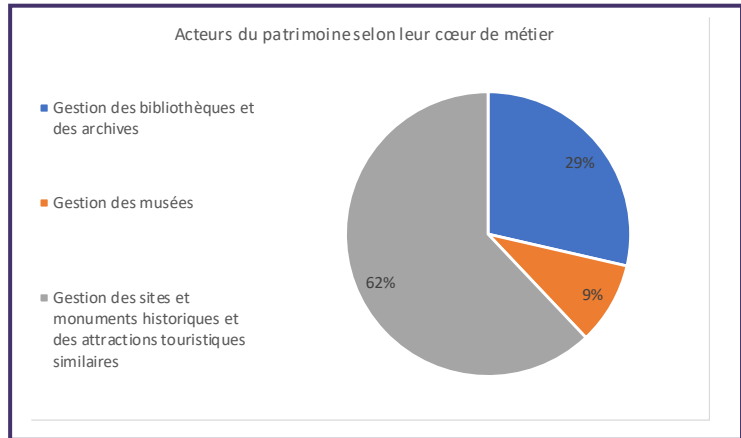
La nomenclature d'activité française ne permet pas de caractériser l'ensemble des acteurs recensés dans le domaine de l'enseignement culturel spécialisé. Une analyse plus fine de la base de données, permet toutefois d'identifier que la très grande majorité des 1 371 acteurs du domaine de l'enseignement culturel se répartissent selon leur spécialisation dans une discipline artistique ou créative principale (musique, danse, théâtre, littérature, arts visuels, cinéma, design, mode etc...).

## 1.2.2. Un cœur de métier fondé sur la spécialisation artistique ou créative : le patrimoine, les arts visuels et les autres activités récréatives

### Domaine : Patrimoine

Au sein du domaine « patrimoine », on peut répartir les 577 acteurs recensés selon le « type de patrimoine » dont ils assurent la gestion.

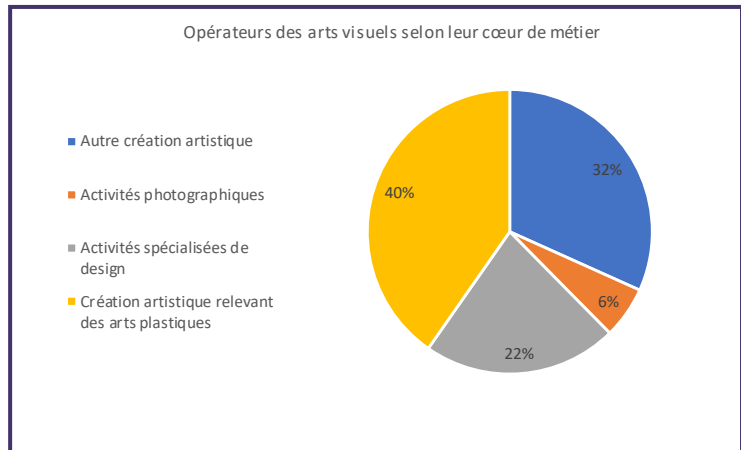
Si la gestion des sites et monuments historiques représente le cœur de métier principal des acteurs (358), deux autres principaux cœurs de métier se distinguent : la gestion des bibliothèques et archives, qui représente l'activité principale du quart des acteurs (165), ainsi que la gestion des musées (54).



### Domaine : Arts visuels

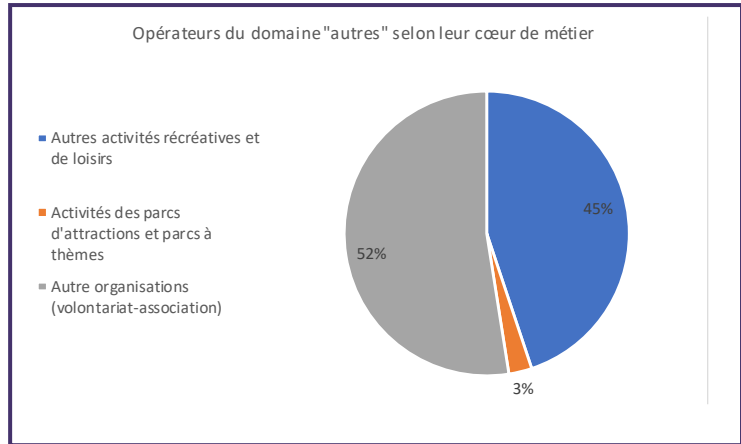
Au sein du domaine « arts visuels », la répartition des 6 215 acteurs recensés selon leur cœur de métier, est liée à leur spécialisation dans une discipline artistique spécifique.

La quasi-totalité des acteurs identifiés assurent le métier d'artiste créateur ou celui de l'accompagnement au développement des carrières d'artistes. La majorité des acteurs se spécialise dans les activités de création relevant des arts plastiques (2 505). Les autres se spécialisent dans les disciplines du design (1 372) et de la photographie (366). Une catégorie d'acteurs se distingue (1 972), en ce qu'elle s'oriente vers la création artistique relevant des arts visuels mais mélangeant des esthétiques et formes d'expression artistiques pluri-disciplinaires (arts plastiques, numériques, musique etc...).



### Domaine : Autres<sup>4</sup>

Au sein du domaine « autres », dont l'activité est parfois indirectement liée à la filière culturelle et créative, la répartition des 4 195 acteurs recensés selon leur cœur de métier NAF, ne permet pas d'identifier formellement leur spécialisation dans une discipline artistique ou créative principale. Il ressort toutefois que leur inscription aux fichiers SIRENE et INSEE les catégorise en fonction de leur offre d'activités de loisirs.



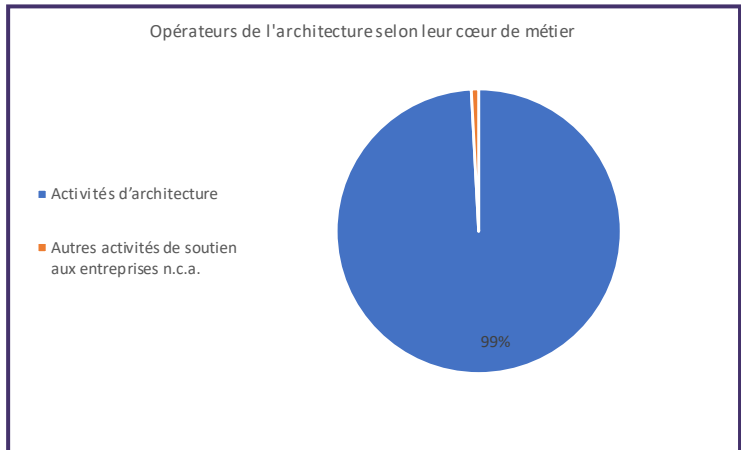
Émerge ainsi un premier groupe d'acteurs dont l'activité principale est orientée vers la gestion de parcs d'attraction ou de parcs à thèmes, régulièrement organisateurs de manifestations artistiques (110). Un second groupe est composé d'acteurs offrant des activités récréatives et de loisirs variées (fêtes, restauration en musique, ateliers d'arts culinaires...) (1883). Une dernière catégorie d'acteurs se distingue (2 202). Elle regroupe des acteurs associatifs essentiellement focalisés sur les activités d'animation socio-culturelle, de pratique artistique et de loisir, d'enseignement pluridisciplinaire, d'expression citoyenne.

### 1.2.3. Un cœur de métier fondé sur une spécialisation fonctionnelle de filière : architecture, livre, presse, spectacle vivant, numérique et publicité

#### Domaine : Architecture

Au sein du domaine « architecture », on peut répartir les 1 561 acteurs recensés selon la « fonction » qu'ils assurent dans la filière des activités architecturales.

La quasi-totalité des acteurs recensés assurent la fonction de conception et de maîtrise d'ouvrages architecturaux (1 548). Il s'agit de cabinets d'architectes répartis sur le territoire. Les rares autres acteurs recensés



semblent spécialisés dans des fonctions de conseil et soutien aux activités d'architecture (13).

<sup>4</sup> Il est à noter qu'au sein du domaine « autres », les acteurs recensés ne relèvent pas tous directement de la sphère artistique ou culturelle, mais sont en lien avec les activités récréatives et de loisirs

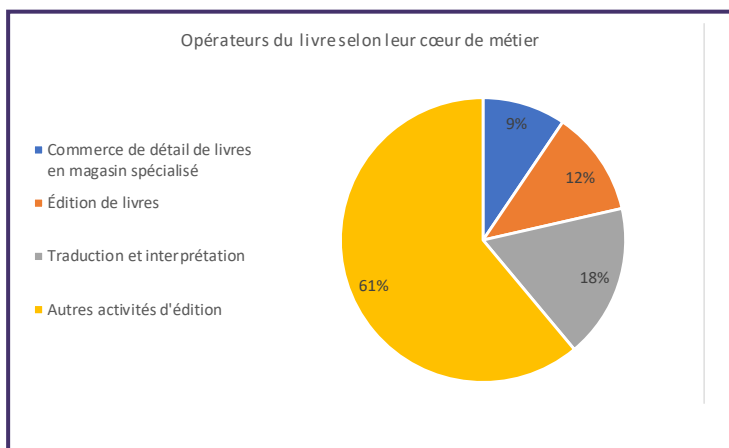
## Domaine : Livre

Au sein du domaine « livres », la répartition des 868 acteurs recensés selon leur cœur de métier, est liée à leur spécialisation dans une fonction spécifique au sein de la chaîne de valeur de la filière.

Il est intéressant d'observer que de l'amont à l'aval de la filière on retrouve des acteurs spécialisés dans les métiers de la traduction et de

l'interprétation (152), des acteurs spécialisés dans les métiers de l'édition (104), une grande majorité d'acteurs spécialisés dans d'autres activités d'édition, notamment en lien avec le développement du numérique (530) et enfin, toute une série d'acteurs en bout de filière, assurant la diffusion commerciale des livres en librairie spécialisée (82).

Remarque : Les auteurs ne sont pas identifiables en tant que tels dans cette nomenclature. Pour autant, l'analyse fine de la base de données fait apparaître certains artistes auteurs recensés dans les « autres activités d'édition ».

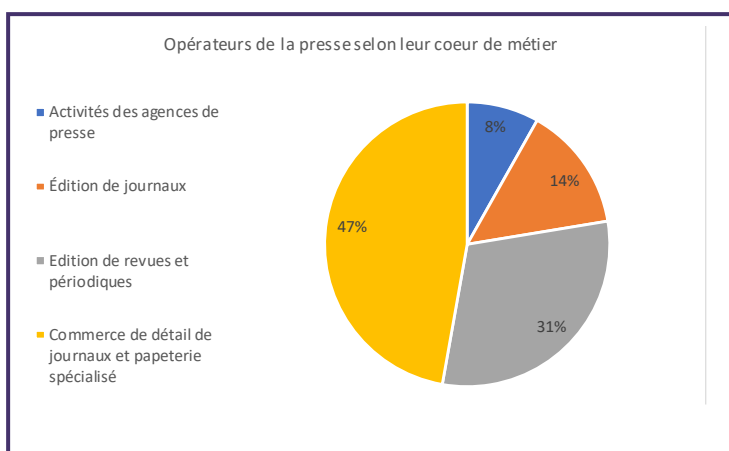


## Domaine : Presse

Au sein du domaine « presse », la répartition des 661 acteurs recensés selon leur cœur de métier, est liée à leur spécialisation dans une fonction spécifique au sein de la chaîne de valeur de la filière.

De l'amont à l'aval de la filière on retrouve des agences de presse (54) dont la fonction est principalement de recueillir, assembler et concevoir les

formats de diffusion des contenus. Les acteurs spécialisés dans les métiers de l'édition, de revues et périodiques (201) et de journaux (94), se distinguent ensuite. Enfin, une grande majorité d'acteurs apparaissent spécialisés en bout de filière, dans la diffusion commerciale des journaux et papèterie spécialisée (312).

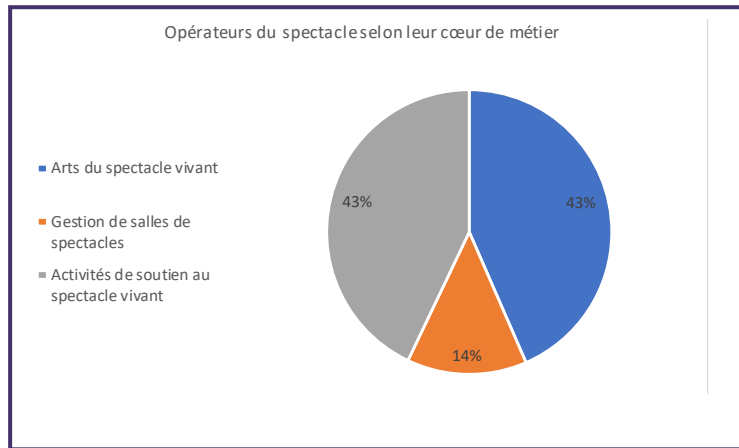


### Domaine : Spectacle vivant

Au sein du domaine « spectacle vivant », la répartition des 1 801 acteurs recensés selon leur cœur de métier, est liée à leur spécialisation dans une fonction spécifique au sein de la chaîne de valeur de la filière.

De l'amont à l'aval de la filière on retrouve des acteurs spécialisés dans les arts du spectacle (783). Il s'agit essentiellement d'artistes, de groupes

ou de compagnies dont la fonction est la création et/ou l'interprétation des spectacles. Les acteurs spécialisés dans les activités de soutien au spectacle vivant apparaissent ensuite nombreux (773). On y retrouve ici majoritairement des acteurs dont la fonction est d'apporter un soutien à la réalisation des spectacles, du point de vue administratif, financier ou marketing (sociétés de production, agences d'artistes etc...), ou matériel (régie technique). Enfin, La gestion de salle de spectacle, spécialisée dans la fonction de diffusion, représente le cœur de métier de la dernière catégorie d'acteurs identifiés (245).



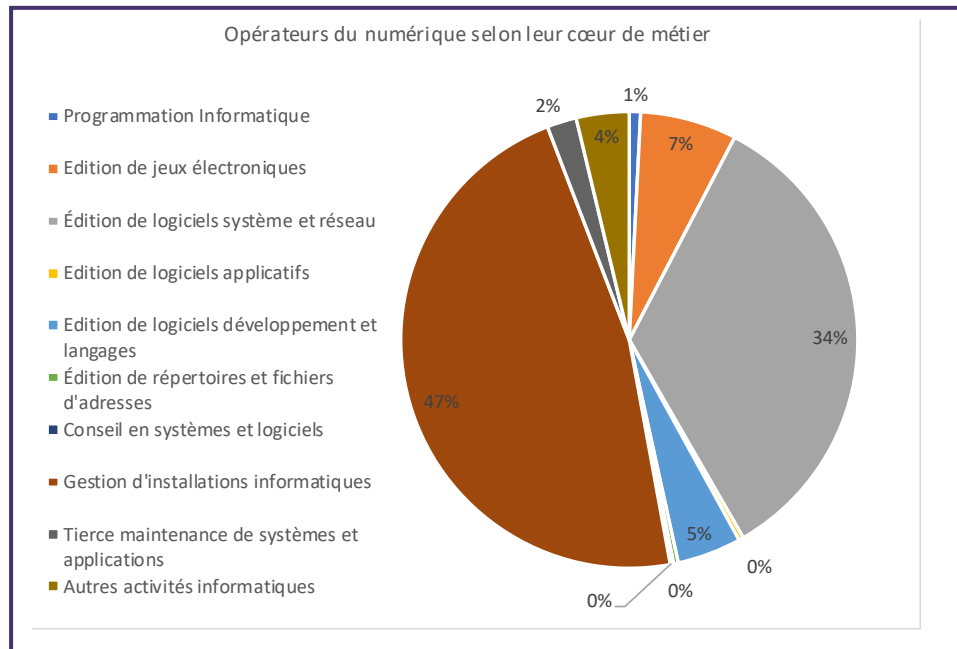
### Domaine : Numérique<sup>5</sup>

Au sein du domaine « numérique », la répartition des 3 877 acteurs recensés selon leur cœur de métier, est liée à leur spécialisation dans une fonction spécifique au sein de la chaîne de valeur de la filière.

De l'amont à l'aval de la filière on retrouve en premier lieu des acteurs spécialisés dans la programmation informatique (31).

Les acteurs en charge de l'édition de contenus numériques, forment ensuite un groupe important, recouvrant notamment ceux

spécialisés dans l'édition de jeux électroniques (265), de logiciels système et de réseau (1320) de logiciels applicatifs, de développement ou de fichiers (202). Enfin, un dernier groupe important



<sup>5</sup> Il est à noter qu'au sein du domaine « numérique », les acteurs recensés ne relèvent pas tous directement de la sphère artistique ou culturelle, mais sont en lien avec les activités des industries créatives

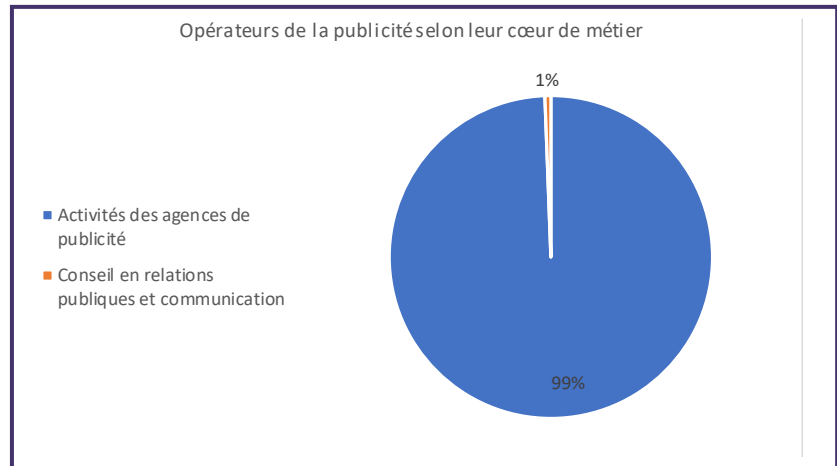


d'acteurs se distingue, assumant des fonctions support de conseil, de gestion d'installations, de maintenance ou d'autres activités informatiques (2 059).

### Domaine : Publicité<sup>6</sup>

Au sein du domaine « publicité », on peut répartir les 1 561 acteurs recensés selon la « fonction » qu'ils assurent dans la filière des activités architecturales.

La quasi-totalité des acteurs recensés assurent la fonction de conception et de réalisation de contenus publicitaires (839). Il s'agit d'agences de publicité réparties sur le territoire. Les rares autres acteurs recensés ici se spécialisent dans des fonctions de conseil en relations



publiques et de communication, notamment liées aux activités culturelles (5).

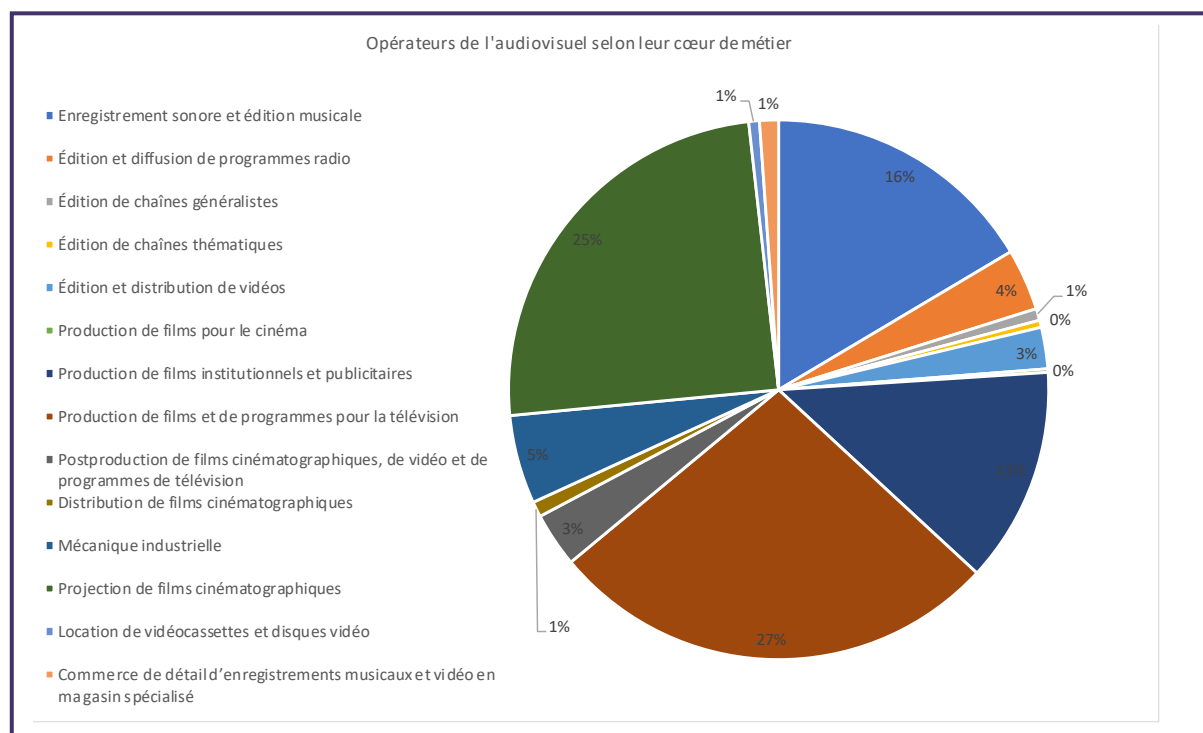
#### 1.2.4. Un cœur de métier fondé sur la double spécialisation par média et par fonction : l'audiovisuel

### Domaine : Audiovisuel

Au sein du domaine « audiovisuel », la répartition des 1 410 acteurs recensés selon leur cœur de métier, est liée à une double spécialisation. Emerge ainsi une logique de spécialisation en fonction du support artistique de diffusion de contenu (média sonore et/ou musical, cinématographique ou télévisuel) et une logique de spécialisation dans une fonction spécifique au sein de la chaîne de valeur de la filière.

De l'amont à l'aval de la filière on retrouve ainsi un premier groupe d'acteurs spécialisés dans l'enregistrement et l'édition de contenus musicaux (232) ainsi que dans l'édition et la diffusion de programmes radiophoniques (52). Les acteurs spécialisés dans l'édition de chaînes télévisuelles (16) et de vidéos (35) représentent un second groupe. Les acteurs spécialisés dans la production et la post-production et la distribution de films, quels que soient les vecteurs de diffusion (télévision et cinéma), apparaissent les plus nombreux (626). Enfin, le dernier groupe qui se détache relève, en bout de filière, de tous les acteurs en charge de la commercialisation et la diffusion au public des contenus audiovisuels ainsi créés. On y retrouve des acteurs spécialisés dans la projection de films cinématographiques (349), ainsi que des acteurs spécialisés dans la location ou le commerce de détail des biens issus de la filière audiovisuelle (25).

<sup>6</sup> Il est à noter qu'au sein du domaine « publicité », les acteurs recensés ne relèvent pas tous directement de la sphère artistique ou culturelle, mais sont en lien avec les activités des industries créatives



## II. Approche territoriale : Une double logique de concentration des acteurs culturels et créatifs par territoire et par ville

Dans une approche territoriale, la deuxième caractérisation de l'ensemble des acteurs recensés, relève de leur localisation géographique. Il s'agit ici d'identifier d'éventuelles logiques de concentration et/ou de dispersion spatiale. Il est à noter que la localisation du siège de l'activité des acteurs ne recoupe évidemment pas leur territoire d'action ou de rayonnement. Elle permet toutefois d'identifier des premiers liens de proximité entre territoires et acteurs, qu'il sera nécessaire d'approfondir dans une analyse complémentaire, si l'on souhaite comprendre les logiques stratégiques à l'œuvre dans la filière.

Le territoire de la métropole d'Aix-Marseille Provence résultant de l'agrégation de 6 territoires intercommunaux, il a été fait le choix ici d'analyser la répartition géographique des acteurs culturels et créatifs en fonction de leur localisation géographique par « conseil de territoire ». Pour autant, chaque territoire présentant des spécificités, une analyse fine de la base de données nous a permis d'identifier certaines logiques de concentration territoriale, notamment au sein des villes centres des territoires, qui apparaissent comme des pôles attractifs de la métropole pour les activités culturelles et créatives. La présentation des résultats de ce diagnostic est donc à la fois cartographique et conceptuelle.

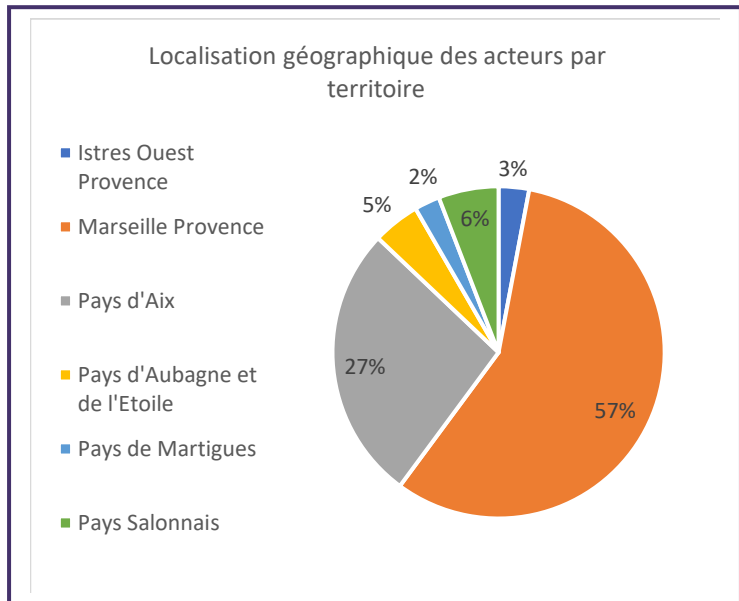
Cette approche territoriale met en exergue une double logique de concentration des effectifs recensés à la fois spatiale (par territoire) et urbaine (par ville centre).

## 2.1. Une forte logique de concentration spatiale des acteurs culturels et créatifs : l'attractivité des territoires de Marseille Provence et du Pays d'Aix

Une première logique de concentration géographique des acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence est identifiable au sein de deux territoires phares, Marseille Provence et le Pays d'Aix.

### Localisation géographique des acteurs par territoire

Une première approche de la localisation géographique des acteurs culturels et créatifs recensés fait apparaître de forts contrastes entre les territoires de la métropole. Une forte concentration des effectifs est ainsi observable au sein de deux territoires prédominants, celui de Marseille Provence (qui recouvre à lui seul plus de la moitié des acteurs : 57%) et celui du Pays d'Aix, qui en recense près du tiers (27%).



Ces premiers résultats concernant la concentration spatiale des activités

culturelles et créatives, sont évidemment à rapprocher des spécificités territoriales de la métropole d'Aix-Marseille Provence. En effet, les 6 territoires constitutifs de cette métropole apparaissent hétérogènes tant en termes de superficie, que de gouvernance administrative ou encore de poids socio-économique. Il n'est donc pas surprenant que les deux territoires concentrant la majorité des acteurs de la filière culturelle et créative soient ceux de Marseille Provence et du Pays d'Aix.

#### Pour rappel

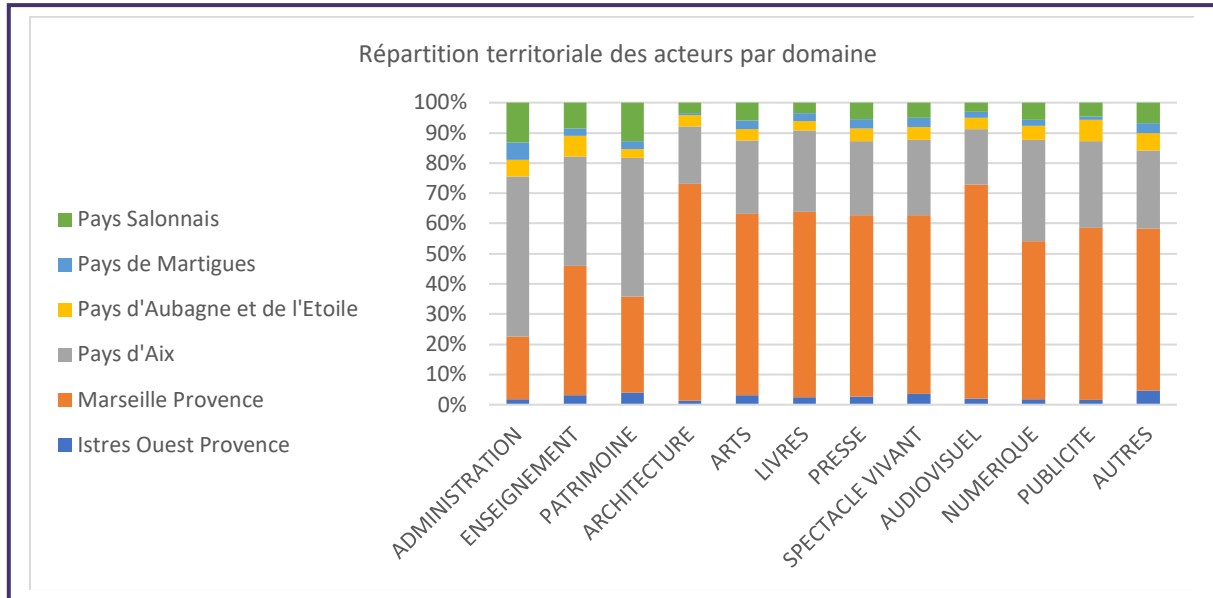
En termes de gouvernance administrative :

Le territoire du Pays d'Aix est composé de 37 communes, en comparaison le territoire de Marseille Provence regroupe 21 communes ; celui du Pays Salonnais 17 communes ; celui du Pays d'Aubagne et de l'Etoile regroupe 14 communes ; celui d'Istres Ouest Provence regroupe 6 communes ; celui du Pays de Martigues regroupe 4 communes.

En termes de population :

Le Pays de Marseille Provence représente un bassin de vie prépondérant regroupant 1 045 823 habitants, en comparaison le territoire du Pays d'Aix représente un bassin de vie de 400 148 habitants ; celui du Pays Salonnais 140 879 habitants ; celui du Pays d'Aubagne et de l'Etoile 105 721 habitants ; celui d'Istres Ouest Provence 98 777 habitants ; celui du Pays de Martigues 71 346 habitants.

Si l'on affine l'analyse en prenant en compte le domaine principal d'activité des acteurs, certaines particularités peuvent également être observées. Ainsi, bien que globalement la logique de concentration géographique des acteurs culturels et créatifs sur le territoire de Marseille Provence apparaisse comme indéniable, elle semble à nuancer selon les métiers.



### 2.1.1. Une tendance majeure à la concentration spatiale sur le territoire de Marseille Provence : la filière traditionnelle des industries culturelles

Deux premiers groupes d'acteurs, majoritairement engagés dans les domaines relevant de la filière des industries culturelles se distinguent par une logique de concentration spatiale très forte au profit du territoire de Marseille Provence.

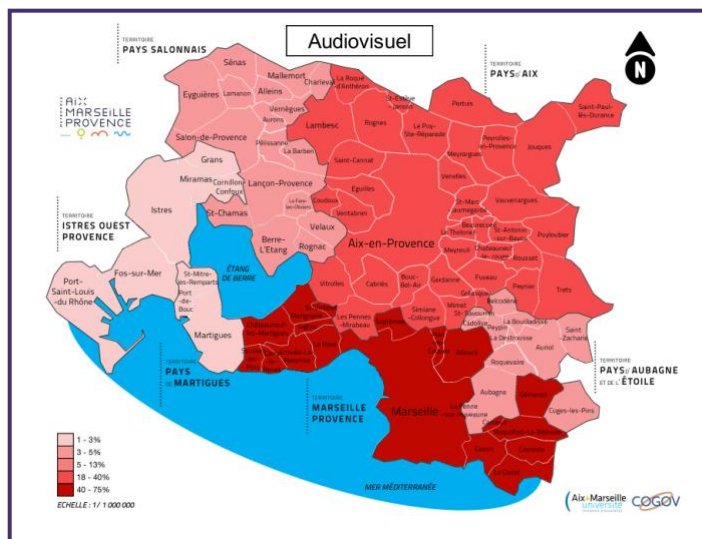
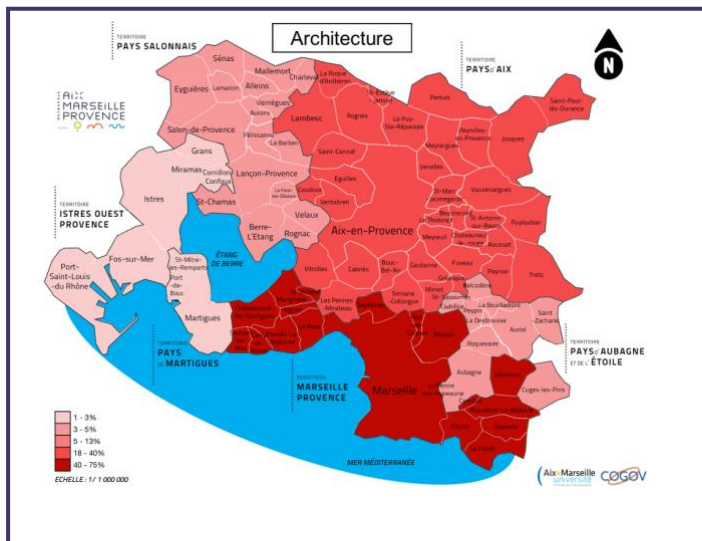
#### Architecture et audiovisuel : un taux de concentration des acteurs sur le territoire de Marseille Provence aux alentours de 70 %

Les acteurs du domaine de l'architecture et du domaine de l'audiovisuel apparaissent les plus concentrés spatialement sur le territoire métropolitain. Le territoire de Marseille Provence regroupe en effet plus de 70 % des effectifs recensés au sein de ces deux domaines. En comparaison, le territoire du Pays d'Aix qui arrive en seconde position ne concentre quant à lui que 19 % du total de ces acteurs.

A l'opposé, les territoires d'Istres Ouest Provence ou du Pays de Martigues ne regroupent qu'une très faible proportion des effectifs :

1,35 % des acteurs de l'architecture et 1,99 % des acteurs de l'audiovisuel pour le territoire d'Istres Ouest Provence ; 0,70 % des acteurs de l'architecture et 1,91 % des acteurs de l'audiovisuel pour le territoire du Pays de Martigues.

Ce phénomène est particulièrement notable pour l'édition de chaînes thématiques, puisque 5 des 6 acteurs du territoire métropolitain spécialisés dans ce métier sont localisés sur le territoire de Marseille Provence. Cette concentration géographique s'observe également tout particulièrement dans les métiers de la production de films pour le cinéma (78,5 % du total des acteurs recensés) ou de films pour la télévision (73,6 % du total des acteurs recensés), ou encore dans les métiers de la distribution de films cinématographiques (près de 77 % du total des acteurs recensés). Enfin, le territoire de Marseille Provence concentre également le plus grand nombre d'acteurs spécialisés dans



le commerce de détail ou la location d'enregistrements musicaux et vidéo spécialisés (20 des 25 acteurs recensés sur le territoire métropolitain).

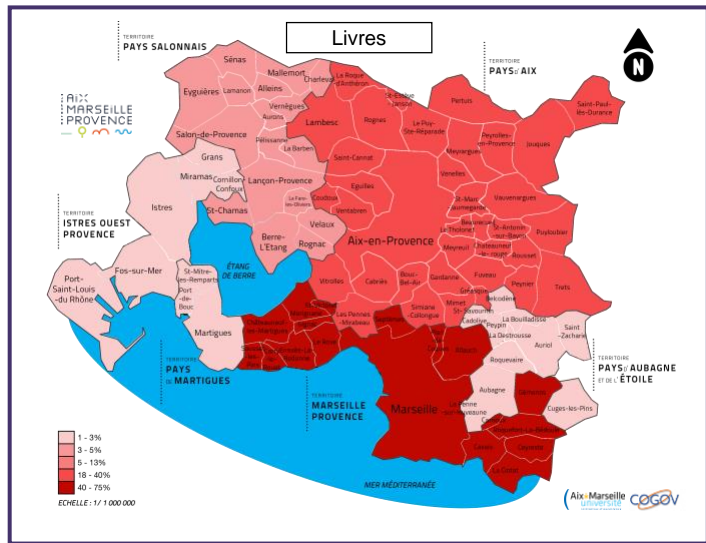
Il est à noter que dans le domaine de l'architecture comme dans celui de l'audiovisuel, la forte logique de concentration des acteurs est redoublée par le pôle d'attraction que représente la ville centre de Marseille. Ainsi, à elle seule, elle concentre près de 65 % du total des acteurs métropolitains de l'architecture et 63 % de ceux de l'audiovisuel.

**Livre, presse et arts visuels : un taux de concentration des acteurs sur le territoire de Marseille Provence aux alentours de 60 %**

Un phénomène similaire de concentration géographique des effectifs des acteurs sur le territoire de Marseille Provence est observable dans les domaines du livre, de la presse et des arts visuels.

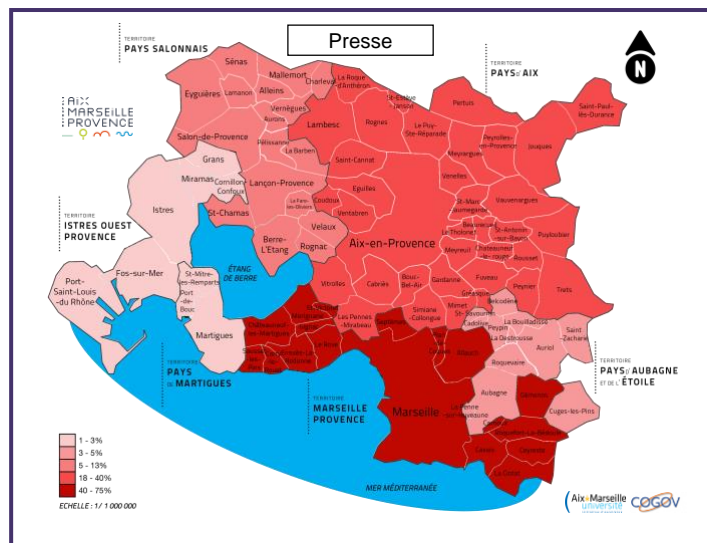
Ainsi, en moyenne, 60 % du total des effectifs recensés dans chacun de ces domaines se localise sur le territoire de Marseille Provence. En comparaison, le Pays d'Aix, regroupe 27 % des acteurs du livre et 24 % de ceux de la presse ou des arts visuels.

A l'opposé, les territoires d'Istres Ouest Provence et du Pays de Martigues concentrent chacun en moyenne environ 3 % du total des acteurs de ces domaines.

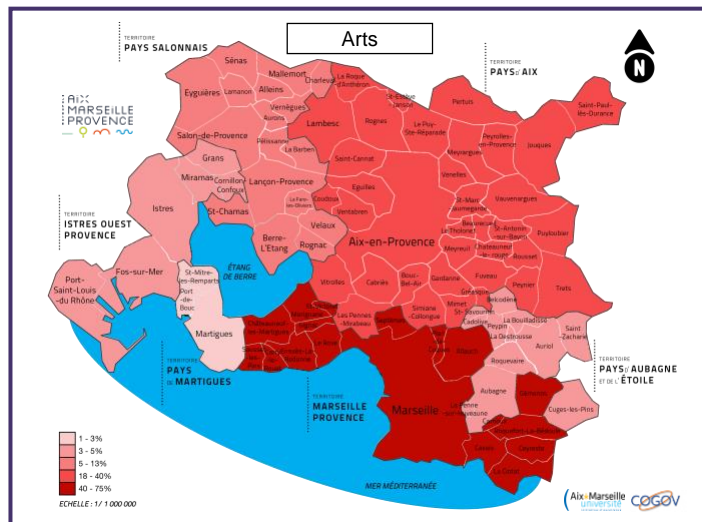


Dans ces domaines, la concentration des acteurs sur le territoire de Marseille Provence est particulièrement notable en ce qui concerne les acteurs dont le cœur de métier est celui de l'édition de journaux (76,5% du total des acteurs recensés), du commerce de détail de livres (69% du total des acteurs recensés) de l'édition de livres (62% du total des acteurs recensés), de la création artistique relevant des arts plastiques (64,5 %) ainsi que des autres activités de création artistiques visuelles (61 %).

Au sein de ces trois domaines et parmi l'ensemble des métiers qu'ils recouvrent, le pôle d'attraction que représente tout particulièrement la ville de Marseille est notable. Ainsi, la ville à elle seule regroupe 69 % du total des acteurs de l'édition de journaux recensés sur le territoire métropolitain, 65 % du total des acteurs du commerce de détail



de livres, près de 56 % du total des acteurs de l'édition de livres, 55 % des acteurs spécialisés dans les activités de création relevant des arts plastiques ou des autres activités de création artistiques visuelles et enfin.

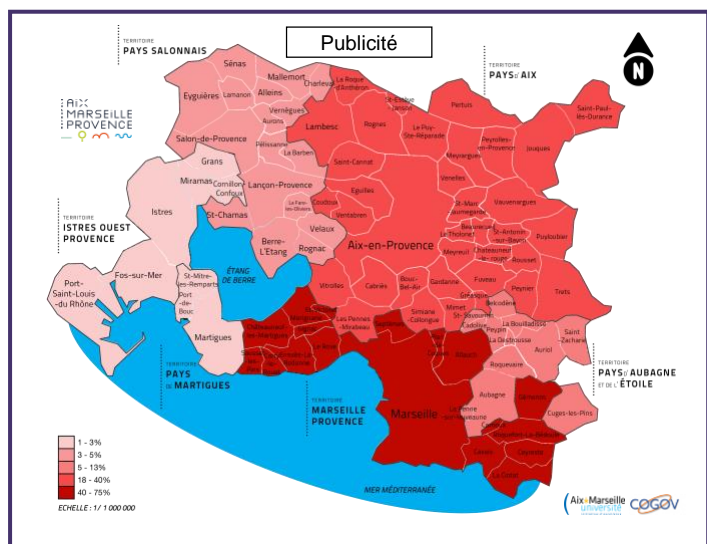


### 2.1.2. Une double polarisation au sein de Marseille Provence et du Pays d'Aix : filière des industries créatives VS héritage

Les acteurs de la publicité et du numérique, dont les activités relèvent de la filière des industries créatives, se distinguent par une logique de concentration spatiale au profit de deux principaux territoires, Marseille Provence et Pays d'Aix. Cette logique est fortement redoublée par un effet de polarisation autour de leurs villes centres.

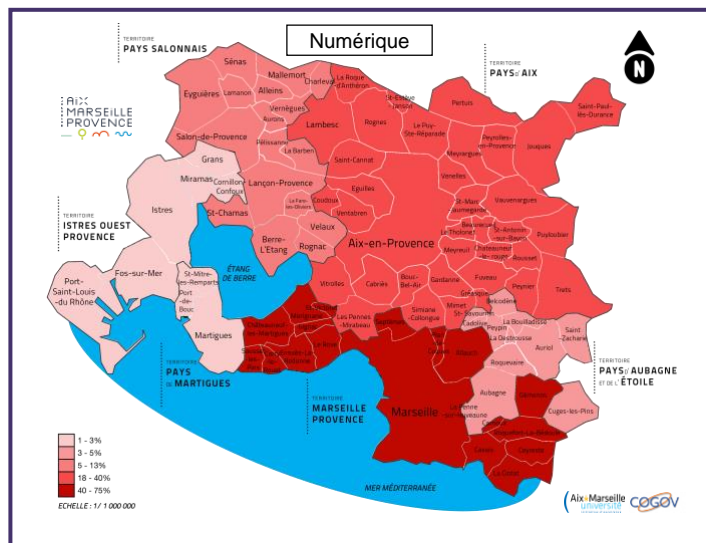
#### Publicité et numérique : l'attraction des villes de Marseille et d'Aix-en-Provence

Bien que les filières de la publicité et du numérique soient elles aussi marquées par une logique de concentration géographique de leurs acteurs sur le territoire de Marseille Provence, cette dernière est relativement moins forte que dans les autres filières des industries créatives. On observe ainsi que 57 % des acteurs de la publicité et 52% des acteurs du numérique sont localisés sur ce territoire. Cette logique relativement moins forte de concentration est due au fait que le territoire du Pays d'Aix se distingue également en ce qu'il concentre 28,5 % des acteurs de la publicité et 33,5 % des acteurs du numérique.



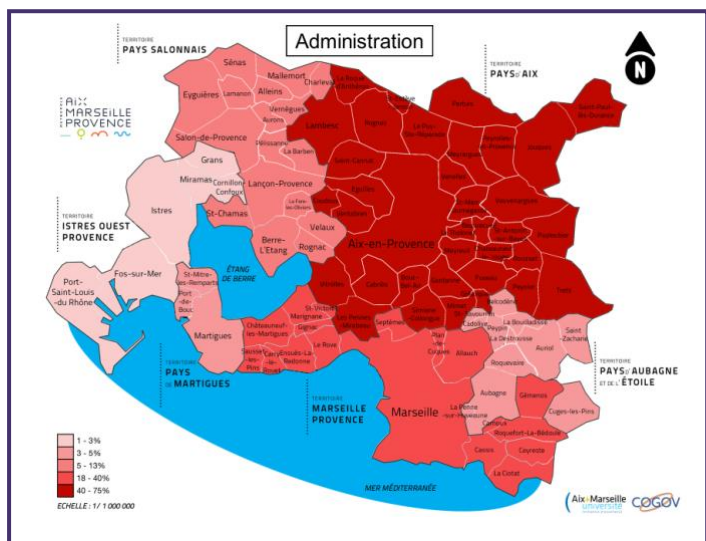
Que ce soit dans le domaine de la publicité ou dans le domaine du numérique, les pôles d'attraction que représentent les villes centres des territoires est indéniable. En effet, Marseille concentre à elle seule 50 % du total des acteurs de la publicité et 44 % de celui du numérique. La ville d'Aix-en-Provence, quant à elle attire près de 14 % des acteurs de la publicité et 18 % de ceux du numérique.

Dans le domaine du numérique, lorsque l'on affine l'analyse par métier, on observe une spécialisation de chaque territoire dans certains métiers. Ainsi, Marseille Provence regroupe la majorité des acteurs spécialisés dans la programmation informatique (53 % du total des acteurs recensés), l'édition de logiciels, outils de développement et de langages (61,5 % du total des acteurs recensés) ainsi que dans la gestion d'installations informatiques (53 % du total des acteurs recensés) ou dans les autres activités informatiques (près de 54 % du total des acteurs recensés). Le Pays d'Aix, quant à lui, présente une forte logique de concentration d'acteurs spécialisés dans les métiers de l'édition de logiciels système et de réseau (58 % du total des acteurs recensés). Les deux territoires se répartissent à parts égales les acteurs spécialisés dans l'édition de logiciels applicatifs (43 % des acteurs) ou encore dans la maintenance informatique (44 % des acteurs recensés sur le territoire de Marseille Provence et 40 % sur le territoire du Pays d'Aix).



### Administration et patrimoine : l'héritage Aixois

Deux domaines d'activité présentent une concentration des effectifs d'acteurs plus élevée sur le territoire du Pays d'Aix que sur les autres territoires. Il s'agit des acteurs en charge de l'administration de la politique culturelle ainsi que des acteurs en charge de la gestion du patrimoine. Cette logique de concentration est à rapprocher des particularités du territoire du Pays d'Aix. Dans le domaine de l'administration, il est important de souligner que l'effet « nombre de communes » constituant le territoire joue nécessairement. Le Pays d'Aix qui regroupe 37 communes, est en effet celui qui dispose du plus grand nombre de structures administratives communales. Pour autant, cet effet ne suffit pas à expliquer la forte concentration des effectifs d'acteurs en charge de l'administration de



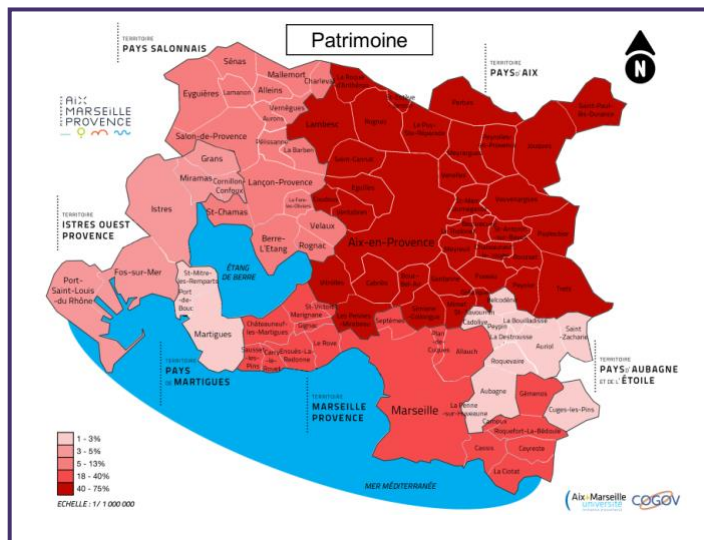


la politique culturelle (près de 53 % du total des acteurs recensés dans ce domaine, contre 21 % du total pour le territoire de Marseille Provence ou encore 17 % du total pour le Pays Salonnais). Les logiques territoriales d'intervention publique semblent donc également à prendre en compte. Ainsi, la logique volontariste de la ville d'Aix-en-Provence en faveur du soutien aux arts et à la culture qui se manifeste dès les années 1970, ainsi que celle des communes du Pays d'Aix identifiable dès les années 1980, ont favorisé l'émergence de nombreuses directions administratives ou d'associations parapubliques en charge de la politique culturelle sur ce territoire, tant au niveau communal (25 acteurs communaux sur 37) qu'au niveau du territoire en lui-même. Le Pays d'Aix, en tant que structure intercommunale préalable à la métropole, s'était saisie de la compétence culturelle facultative dès 2001 et avait ainsi structuré un service administratif en charge de cette compétence. Ce dernier est encore représenté et actif sur le territoire. Enfin, l'héritage historique d'Aix-en-Provence, siège du parlement de Provence dès la fin du XV<sup>ème</sup> siècle, a favorisé la localisation d'acteurs supports en charge de la politique culturelle nationale (DRAC) voire régionale (ARCADE), ce qui renforce cette concentration administrative.

Cette tendance à la concentration des acteurs au sein du Pays d'Aix s'observe également dans le domaine du patrimoine (46 % du total des acteurs du domaine). Le territoire de Marseille Provence qui arrive en deuxième position en regroupe près de 32 % et le Pays Salonnais, près de 13 %.

Là encore, l'histoire d'Aix-en-Provence et des communes aux alentours, a favorisé l'émergence de nombreux sites patrimoniaux (celtes, romains, mérovingiens, médiévaux, patrimoine religieux lié à l'importance de l'évêché aixois, hôtels particuliers du XVI<sup>ème</sup> au XVII<sup>ème</sup> siècles...) dont il faut assurer l'entretien et la valorisation. On observe ainsi que parmi l'ensemble des acteurs recensés, 48 % de ceux dont le cœur de métier est la gestion de sites et monuments historiques sont situés sur le territoire du Pays d'Aix, 34,6 % sur le territoire de Marseille Provence, et 10,6 % au sein du Pays Salonnais.

En outre, la politique culturelle des communes en faveur de la lecture publique a largement contribué au maillage du territoire métropolitain en bibliothèques ou médiathèques qui contribuent à un meilleur équilibre territorial des acteurs du patrimoine. On observe ainsi que ceux spécialisés dans le métier de gestion des bibliothèques et des archives sont majoritairement présents au sein des communes du Pays d'Aix (40,6 %), mais également au sein des communes du territoire de Marseille Provence (21,8 %) et de celui du Pays Salonnais (20,6 %).



### 2.1.3. Une concentration spatiale à nuancer selon le cœur de métier : spectacle vivant, enseignement et autres activités récréatives

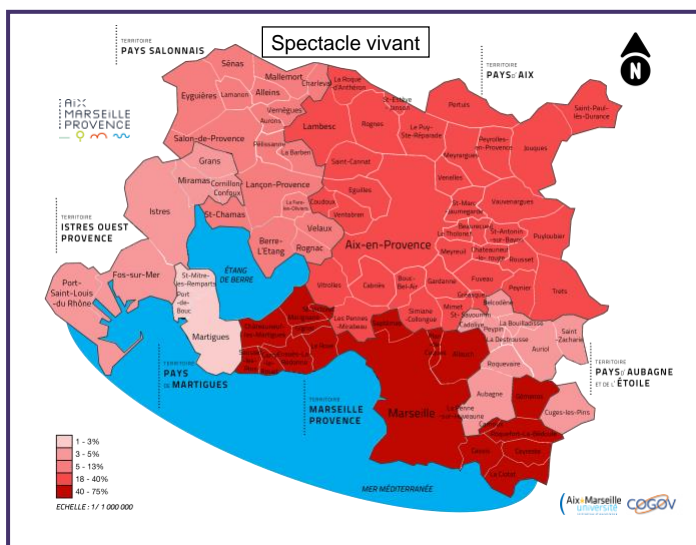
La logique de concentration spatiale observée sur le territoire métropolitain pour l'ensemble des effectifs des acteurs culturels et créatifs est à nuancer au sein des domaines du spectacle vivant, de l'enseignement et des autres activités récréatives. En effet, si elle demeure significative lorsque l'on prend en compte l'ensemble des acteurs qui exercent une activité dans ces domaines, elle doit être relativisée lorsque l'on affine l'analyse par métier.

#### Spectacle vivant : concentration des fonctions de création et production VS dispersion des fonctions de diffusion

Dans le domaine du spectacle vivant, la logique de concentration des acteurs sur le territoire de Marseille Provence apparaît également notable (59 % des acteurs recensés). Pourtant, ce domaine présente des particularités propres aux différents métiers exercés par les acteurs de la filière qui viennent infléchir cette tendance.

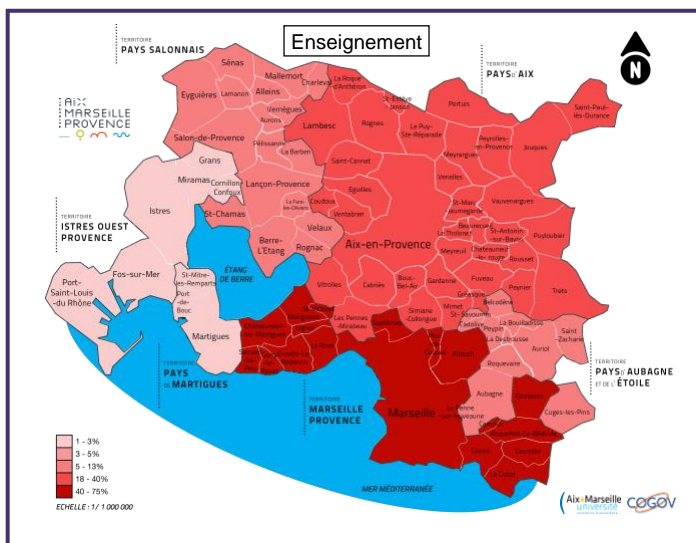
Si les acteurs spécialisés dans les activités de spectacle vivant (59,5 %) ainsi que les activités de soutien au spectacle vivant (63 %) sont fortement

concentrés sur le territoire de Marseille Provence, ceux spécialisés dans la gestion de salles de spectacle, font figure d'exception et apparaissent mieux répartis sur l'ensemble du territoire métropolitain. Seuls 46 % d'entre eux sont localisés sur le territoire de Marseille Provence, 33 % sur le territoire du Pays d'Aix, 7,3 % sur le territoire d'Istres Ouest Provence et 6,5 % sur le Pays Salonnais. Seuls les territoires d'Aubagne et Pays de l'Etoile et du Pays de Martigues ne regroupent respectivement que 2 % et 3,6 % des acteurs de ce métier. Au-delà, c'est surtout le phénomène d'attraction du pôle de la ville de Marseille qui apparaît nettement moins fort pour ces acteurs. Seuls 37 % d'entre eux se localisent au sein de la ville centre de Marseille. Cette observation semble traduire une répartition spatiale plus équilibrée de l'offre d'équipements structurants de diffusion de spectacle sur le territoire.



### Enseignement : un maillage plus équilibré du territoire métropolitain

Bien qu'au global, les effectifs des acteurs recensés dans le domaine « enseignement » demeurent plus nombreux sur le territoire de Marseille Provence (43 % de l'ensemble des acteurs recensés), la répartition de ces activités sur l'ensemble du territoire métropolitain apparaît relativement moins concentrée. Ainsi le Pays d'Aix, regroupe 36 % des acteurs de l'enseignement culturel, le Pays Salon nais en regroupe 8,5 % et le Pays d'Aubagne et de l'Etoile, en quatrième position, en regroupe près de 7 %. Seuls



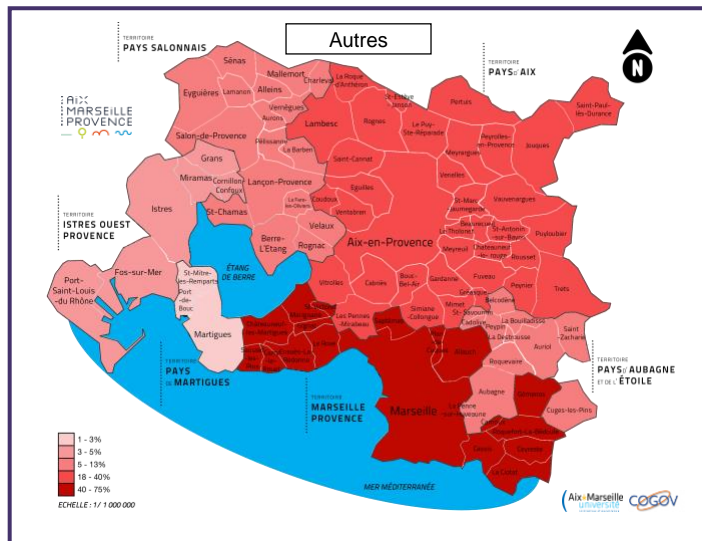
les territoires d'Istres Ouest Provence et du Pays de Martigues ne regroupent respectivement que 3 % et 2,5 % des acteurs de l'enseignement

Enfin, le pôle d'attraction que représente la ville de Marseille semble moins important pour les acteurs de l'enseignement que dans d'autres domaines (34,7 % de l'ensemble des effectifs du domaine) tout comme le pôle d'attraction de la ville d'Aix-en-Provence (16,7 %). Cette observation est à rapprocher du fait que les équipements d'offre d'enseignements artistiques municipaux (principalement des écoles de musique, théâtre et danse), ainsi que les acteurs dispensant des cours privés à domicile, maillent de façon plus équilibrée l'ensemble du territoire métropolitain.

## Autres activités récréatives et de loisir : concentration des associations socio-culturelles VS dispersion des autres activités récréatives et de loisir

Bien qu'au global, les effectifs des acteurs recensés dans le domaine « autres » demeurent plus nombreux sur le territoire de Marseille Provence (53,7 % contre 25,8 % sur le Pays d'Aix, 6,8 % sur le Pays Salonnais et 5,7 % sur le Pays d'Aubagne et de l'Etoile), cette tendance est à nuancer selon leur spécialisation par métier.

En effet, si le territoire de Marseille Provence représente le principal territoire de localisation des acteurs associatifs essentiellement focalisés sur



les activités d'animation socio-culturelle, de pratique artistique et de loisir, d'enseignement pluridisciplinaire, d'expression citoyenne (59 %), ce taux de concentration diminue lorsqu'il s'agit des acteurs spécialisés dans les autres activités récréatives et de loisirs (49 % localisés sur le territoire de Marseille Provence, 27 % sur le Pays d'Aix, près de 7 % sur le Pays d'Aubagne et de l'Etoile et 7,8 % sur le territoire du Pays Salonnais), mais surtout lorsqu'il s'agit des acteurs spécialisés dans les activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes (45,4 % localisés sur le territoire de Marseille Provence, 12,7 % sur Istres Ouest Provence, près de 12 % sur le Pays d'Aubagne et de l'Etoile et le Pays de Martigues, et 9 % sur le territoire du Pays Salonnais ou sur le Pays d'Aix). Ces activités semblent avoir fait le choix d'espaces excentrés et non concentrés en zone urbaine.

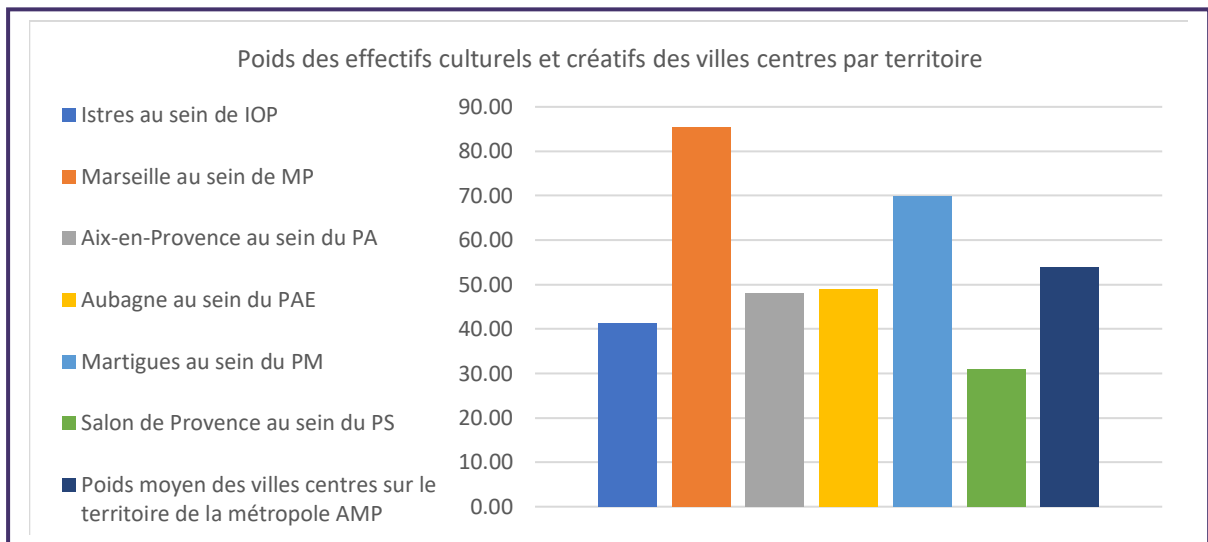
Ainsi, le pôle d'attraction que représente la ville de Marseille apparaît nettement moins important pour les acteurs spécialisés dans les autres activités récréatives et de loisirs, puisque la ville n'en concentre que 36 %. Le constat est encore plus important dans les activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes, puisque Marseille ne regroupe que 30 % des acteurs spécialisés dans ce métier.

## 2.2. Une forte logique de concentration urbaine des acteurs culturels et créatifs métropolitains

Une seconde logique de concentration des acteurs culturels et créatifs émerge en filigrane de l'analyse présentée précédemment. Ainsi, au-delà du déséquilibre territorial observé et la tendance à la concentration spatiale des acteurs au profit des territoires de Marseille Provence et du pays d'Aix, un second déséquilibre apparaît entre zones rurales et zones urbaines. Les effectifs culturels et créatifs sont en effet également fortement polarisés au sein des villes centres des territoires observés. Parmi ces différentes villes centres, le cas de Marseille est tout à fait spécifique et mérite que l'on s'y attarde.

### 2.2.1. Un effet de polarisation autour des villes centres

On observe en effet qu'en moyenne, sur l'ensemble du territoire de la métropole, l'attractivité des villes centres est élevée, concentrant près de 54 % des acteurs de la filière culturelle et créative. Cette polarisation autour des villes centres peut être rapprochée de leur attractivité en termes de population. En effet, au sein de chaque territoire, la répartition de la population résidente est marquée par une forte tendance à la concentration au sein de ces zones urbaines. Ainsi, en moyenne, les villes de Marseille, Istres, Aubagne, Aix-en-Provence, Salon et Martigues concentrent 51 % de la population de l'ensemble du territoire métropolitain.



Au-delà de cette analyse globale, il est à noter que selon les territoires, le taux de concentration au sein de la ville centre est plus ou moins fort. Quatre logiques territoriales spécifiques peuvent ainsi être identifiées.

- Une très forte polarisation territoriale des acteurs culturels et créatifs au sein de la ville centre, concordante avec la répartition spatiale de la population : les territoires du Pays de Marseille et du Pays de Martigues.

En effet, Marseille concentre 85,5 % des acteurs culturels et créatifs localisés sur le territoire de Marseille Provence et Martigues, concentre près de 70 % de ceux du Pays de Martigues. Cette tendance peut être rapprochée de la tendance globale à la concentration de la population sur ces territoires. Il apparaît en effet que ce sont les deux territoires où l'attractivité des villes centres est la plus forte : 82,5% de la population de Marseille Provence est localisée à Marseille et 68,4 % de la population du Pays de Martigues est localisée à Martigues.

- Une forte polarisation territoriale des acteurs culturels et créatifs au sein des villes centres, concordante avec la répartition spatiale de la population : territoires du Pays d'Aubagne et de l'Etoile et d'Istres Ouest Provence.

Aubagne, concentre 48,9 % des acteurs culturels et créatifs du Pays d'Aubagne et de l'Etoile et Istres concentre 41,4 % de ceux du territoire d'Istres Ouest Provence. Cette tendance peut être rapprochée de la tendance globale à la concentration de la population sur les territoires de Istres Ouest Provence et du Pays d'Aubagne et de l'Etoile, où les villes centres polarisent en moyenne 43,4 % de leur population territoriale.

- Une forte polarisation territoriale des effectifs culturels et créatifs au sein de la ville centre, non concordante avec la répartition spatiale de la population : le territoire du Pays d'Aix.

On observe en effet qu'Aix-en-Provence présente un taux de concentration de plus de 48 % des acteurs culturels et créatifs du Pays d'Aix, alors que ce territoire présente une répartition de sa population plus dispersée. La ville d'Aix-en-Provence ne concentre que 35,7 % de la population de son territoire.

- Une faible polarisation territoriale des effectifs culturels et créatifs au sein de la ville centre, concordante avec la répartition spatiale de la population : le territoire du Pays Salonnais.

Ce territoire se distingue par une plus faible polarisation des acteurs culturels et créatifs au sein de sa ville centre, puisque seuls 30,8 % de ces acteurs sont localisés au sein de Salon. Cette tendance est toutefois à rapprocher de la répartition globale de sa population, plus dispersée sur le territoire car Salon ne concentre que 32,3 % de sa population globale.

Selon les domaines principaux d'activité, cette logique de polarisation des acteurs culturels et créatifs est plus ou moins forte.

- Trois domaines notamment se caractérisent par des taux de concentration des effectifs très élevés : l'architecture (près de 64 % des effectifs du domaine au sein de la ville centre), l'audiovisuel (61,2 %) et le livre (61 %).

Dans ces domaines, la polarisation des acteurs au sein de la ville centre est particulièrement forte pour la ville de Marseille, qui concentre plus de 95 % des effectifs de l'architecture de son territoire et 89,3 % des effectifs de l'audiovisuel et du livre, ainsi que pour la ville de Martigues, qui concentre 91 % des effectifs de l'architecture de son territoire et 81,5 % des effectifs de l'audiovisuel.

- A l'inverse, les acteurs des domaines de l'administration de la politique culturelle (42,5 %), du patrimoine (45 %) et des autres activités récréatives et de loisir (48,9 %) présentent des taux de concentration urbaine moins élevés que la moyenne.

### ***2.2.2. La particularité de Marseille : une logique de « clusters » au sein des villages marseillais***

Au niveau de l'ensemble du territoire métropolitain, comme au niveau du territoire de Marseille Provence, la ville de Marseille connaît une tendance forte à la concentration des effectifs culturels et créatifs. Ce phénomène est évidemment à rapprocher de sa caractéristique de pôle urbain central au sein du territoire métropolitain. Il est en effet important de rappeler que vue sa taille (240,6 km<sup>2</sup>) et sa forte densité de population (3 583,3 hab/ km<sup>2</sup>), Marseille, se distingue nettement des autres villes centres du territoire métropolitain<sup>7</sup>.

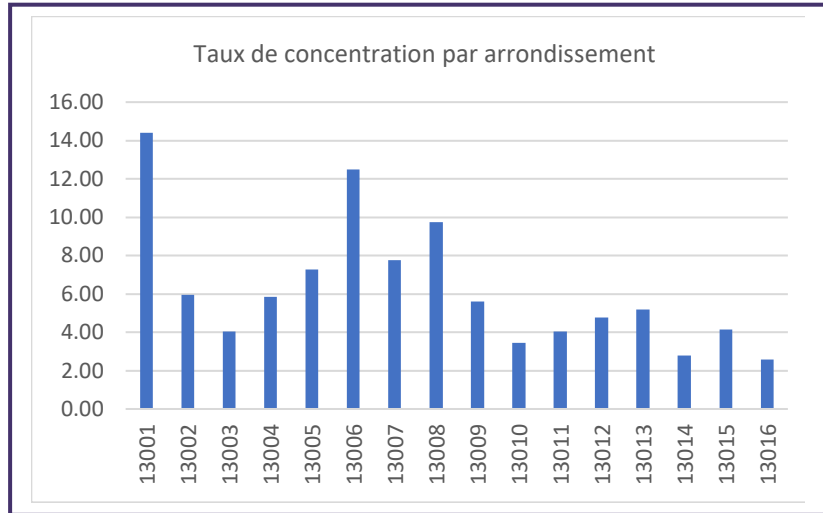
Pour autant, on observe des logiques de concentration plus ou moins forte des acteurs culturels et créatifs selon les quartiers de Marseille. Ainsi, si certains d'entre eux apparaissent particulièrement attractifs, révélant parfois des logiques de spécialisation par cœur de métier, d'autres en revanche constituent des zones nettement moins attractives.

Ce constat est à rapprocher de la particularité de l'urbanisation progressive de la ville de Marseille. Figurant parmi les plus anciennes villes de France puisque fondée en 600 avant Jésus Christ, cette dernière s'est en effet structurée au fil du temps en agrégeant 111 « quartiers-villages » très divers, caractérisés par des logiques historiques, économiques ou démographiques variées. A l'instar des grandes villes de Paris ou de Lyon, elle est administrée depuis 1946 par arrondissement. Outre la mairie centrale de la ville, 16 arrondissements sont donc gérés par des mairies de secteur. La diversité des quartiers marseillais et le fonctionnement propre de chaque arrondissement invite ainsi à questionner d'éventuelles logiques spécifiques de concentration des activités culturelles et créatives au sein même de la ville.

<sup>7</sup> Pour exemple, Aix-en-Provence présente une densité de population de 768,5 hab/ km<sup>2</sup>, Salon : 648,3 hab/ km<sup>2</sup>, Aubagne : 834,2 hab/ km<sup>2</sup>, Istres : 377,4 hab/ km<sup>2</sup>, Martigues : 104,9 hab/ km<sup>2</sup>) – données INSEE 2016

## Des taux de concentration variés selon les arrondissements

Sur les 11 456 acteurs culturels et créatifs localisés sur la ville de Marseille, tous domaines confondus, 5 pôles attractifs sont observables. Ainsi, les 1<sup>er</sup> et 6<sup>ème</sup> arrondissements affichent des taux de concentration bien plus élevés que la moyenne, respectivement 14,4 % et 12,5 %, les 8<sup>ème</sup>, 7<sup>ème</sup> et 5<sup>ème</sup> arrondissements arrivent



ensuite, concentrant respectivement 9,7 %, 7,76 % et 7,27 % des actifs.

A l'inverse, 6 arrondissements présentent des taux de concentration des effectifs culturels et créatifs nettement plus bas que la moyenne, le 16<sup>ème</sup> arrondissement (2,57 %), le 14<sup>ème</sup> (2,78 %), le 10<sup>ème</sup> (3,44 %), les 3<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> (4,03 %) et enfin le 15<sup>ème</sup> (4,15 %).

Plusieurs logiques propres à la sociologie urbaine de Marseille semblent pouvoir expliquer ces phénomènes de concentration variable des actifs culturels et créatifs.

## Opposition centre VS périphérie

Lorsque l'on se reporte à une carte de Marseille, on constate que les arrondissements attractifs correspondent essentiellement à ceux situés au sein du cœur historique de la ville. Localisés essentiellement au centre, tout autour du Vieux Port (1<sup>er</sup>, 5<sup>ème</sup>, 6<sup>ème</sup>, et 7<sup>ème</sup>), ils se prolongent en front de mer (8<sup>ème</sup>).



A l'inverse, les 6 arrondissements peu attractifs se situent majoritairement

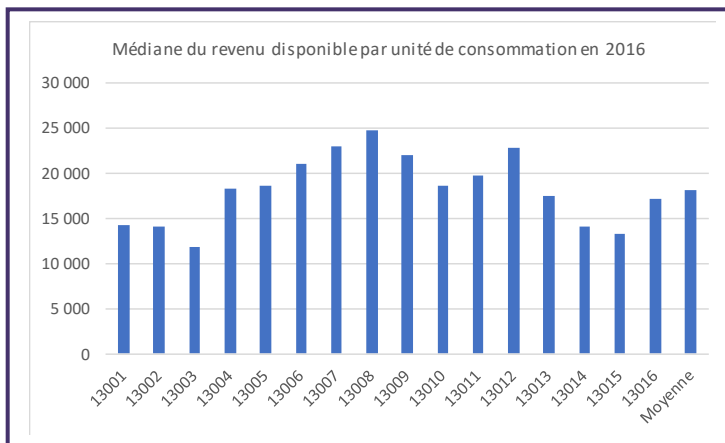
dans les parties plus excentrées de Marseille, moins bien desservies par les transports en commun. Ainsi, les 10<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> arrondissements se situent dans la partie Est de la ville. Les 14<sup>ème</sup>, 15<sup>ème</sup> et 16<sup>ème</sup> arrondissements représentent quant à eux les fameux « Quartiers Nord » de Marseille. Seul le 3<sup>ème</sup> arrondissement, bien que contigu aux quartiers nord, est géographiquement localisé dans le centre de la ville.



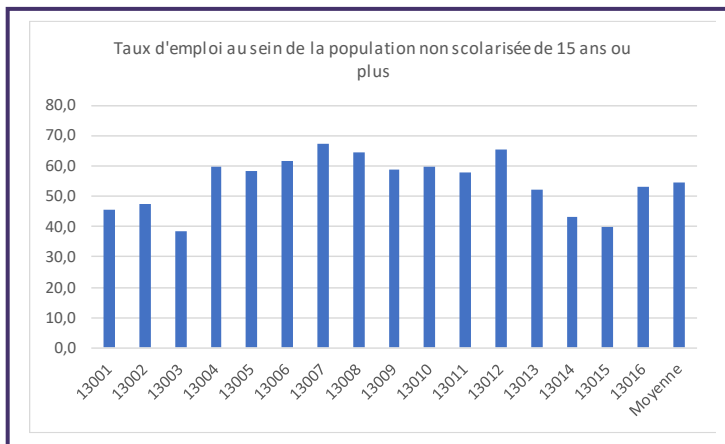
## Opposition profils sociodémographiques : consommateurs VS non consommateurs culturels

Au-delà de la localisation géographique au sein de l'ensemble urbain, les profils socio-démographiques des arrondissements peuvent également contribuer à expliquer la diversité des logiques de concentration des acteurs culturels et créatifs sur le territoire de Marseille.

Il est en premier lieu important de souligner que 3 arrondissements à forte concentration se distinguent par les données socio-économiques de leur population qui les placent parmi les plus aisés de la ville. En effet, les 6<sup>ème</sup>, 7<sup>ème</sup> et 8<sup>ème</sup> arrondissements font partie des quartiers présentant les niveaux de vie les plus élevés de Marseille<sup>8</sup>. Le 8<sup>ème</sup> arrondissement notamment, concentre les habitants ayant le niveau de revenu médian le plus élevé de Marseille, soit 24 746 euros par an. Les 7<sup>ème</sup> et 6<sup>ème</sup> arrondissements présentent respectivement des niveaux de revenus médians de 23 109 et 21 145 euros par an.



Ces données relatives au niveau de vie sont à rapprocher des données relatives au taux d'emploi. En effet, les trois arrondissements sont parmi les arrondissements de Marseille présentant les meilleurs taux d'emploi au sein de leur population<sup>9</sup>, respectivement 61,6 % pour le 6<sup>ème</sup>, 67,3 % pour le 7<sup>ème</sup> et 64,5 % pour le 8<sup>ème</sup> 10.



L'histoire de Marseille peut contribuer à expliquer cette concentration de la population la plus aisée au sein des 6<sup>ème</sup>, 7<sup>ème</sup> et 8<sup>ème</sup> arrondissements de Marseille. En effet, ils correspondent historiquement aux quartiers résidentiels des familles marseillaises les plus anciennes, grandes familles bourgeoises installées dans les appartements du « carré d'or » (rues Breteuil, Paradis et

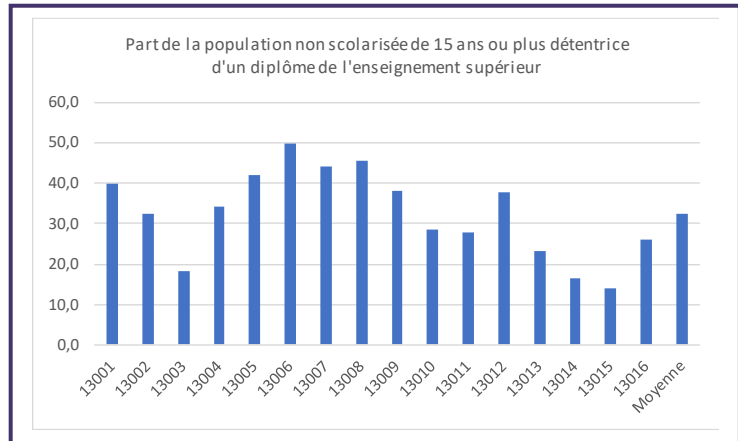
<sup>8</sup> Pour rappel : le niveau de vie médian par unité de consommation à Marseille est de 18 248 euros par an et par unité de consommation (cf. données INSEE Recensement de la population 2016)

<sup>9</sup> Pour rappel : le taux d'emploi au sein de la population marseillaise non scolarisée de 15 ans ou plus est de 54,6 % (cf. données INSEE Recensement de la population 2016)

<sup>10</sup> Il est à noter que sur l'ensemble des arrondissements marseillais, seul le 12<sup>ème</sup> présente des similarités tant en termes de niveau de vie moyen (22 847 euros par an) que de taux d'emploi (65,3 %). Le 9<sup>ème</sup> arrondissement quant à lui, bien que présentant un niveau de vie moyen similaire (22 125 euros par an) présente un taux d'emploi plus faible (58,9 %).

avenue du Prado) du 6<sup>ème</sup> et 8<sup>ème</sup> arrondissement ou familles marseillaises « Bourgeois Bohème » installées dans les petites maisons des « villages » d'Endoume ou du Roucas Blanc au sein du 7<sup>ème</sup> arrondissement ou encore de Notre Dame du Mont ou de Vauban au sein du 6<sup>ème</sup> arrondissement.

Outre les différences de niveau de vie, la population des 6<sup>ème</sup>, 7<sup>ème</sup> et 8<sup>ème</sup> arrondissements présente également des caractéristiques sociologiques généralement présentées comme propices aux sorties, consommations et pratiques culturelles. Pour exemple, la part de leur population de 15 ans et plus détentrice d'un diplôme de l'enseignement supérieur est



nettement plus élevée que la moyenne marseillaise<sup>11</sup>. Elle est respectivement de 49,8 % pour le 6<sup>ème</sup> arrondissement, 44,2 % pour le 7<sup>ème</sup> et 45,6 % pour le 8<sup>ème</sup>.

Parmi les 6 arrondissements présentant des taux de concentration d'effectifs culturels et créatifs nettement plus bas que la moyenne de la ville, les données socio-économiques évoquées précédemment sont très différentes et positionnent la plupart de ces arrondissements parmi les moins aisés de Marseille. En effet, si les arrondissements situés dans la partie est de la ville présentent des niveaux de vie et des taux d'emplois correspondants à la moyenne marseillaise (respectivement 18 733 et 19848 euros par euros et un taux d'emploi de 59,9 % et 57,9 % pour les populations du 10<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> arrondissements), ceux situés dans la partie nord en revanche, sont réputés pour être les arrondissements les plus pauvres de la ville. Ainsi, les 14<sup>ème</sup>, 15<sup>ème</sup> et 16<sup>ème</sup> arrondissements présentent un niveau de revenu médian significativement plus bas que la moyenne marseillaise (respectivement 14 071, 13 321 et 17 240 euros par an) et le 3<sup>ème</sup> arrondissement, contigu aux quartiers nord, est réputé le plus pauvre de France (revenu médian par unité de consommation de 11 864 euros par an). Ces données relatives au niveau de vie sont à compléter par celles du taux d'emploi qui se caractérise par des situations très préoccupantes dans les 3<sup>ème</sup>, 14<sup>ème</sup> et 15<sup>ème</sup> arrondissements (respectivement 38,6 %, 43,4 % et 39,9 % de leur population de 15 ans et plus).

Au-delà des données socio-économiques, l'analyse du niveau de diplôme moyen de la population de ces 6 arrondissements, fait ressortir une part de la population détentrice d'un diplôme de l'enseignement supérieur bien plus faible que la moyenne de la ville. Si les taux apparaissent légèrement plus élevés dans les arrondissements de l'est ainsi que dans le 16<sup>ème</sup> (28,4 %, 27,7 % et 26,2 % de la population non scolarisée de plus de 15 ans est détentrice d'un diplôme de l'enseignement supérieur dans les 10<sup>ème</sup>, 11<sup>ème</sup> et 16<sup>ème</sup> arrondissements), ceux du 3<sup>ème</sup>, du 14<sup>ème</sup> et

<sup>11</sup> Pour rappel : la part de la population marseillaise non scolarisée de 15 ans ou plus détentrice d'un diplôme de l'enseignement supérieur est de 32,4 % (cf. données INSEE Recensement de la population 2016)

du 15<sup>ème</sup> sont très bas (18,2 % dans le 3<sup>ème</sup>, 16,5 % dans le 14<sup>ème</sup> et 14,1 % dans le 15<sup>ème</sup>). Ces constats rapprochent les profils socio-démographiques de la population de ces 6 arrondissements de ceux identifiés comme étant peu consommateurs de produits ou services culturels.

Il est à noter que les 1<sup>er</sup> et 5<sup>ème</sup> arrondissements, présentant une forte logique de concentration d'actifs culturels et créatifs, se caractérisent par des profils socio-démographiques plus contrastés. Le 5<sup>ème</sup> arrondissement, se situe dans la moyenne marseillaise concernant le revenu médian de sa population et son taux d'emploi (18 626 euros par an par unité de consommation et 58,3 % de sa population de plus de 15 ans en emploi), tandis que le 1<sup>er</sup> arrondissement apparaît nettement plus pauvre (14 263 euros par an par unité de consommation et 45,7 % de sa population de plus de 15 ans en emploi). Toutefois, pour l'un comme pour l'autre, la part de la population de plus de 15 ans diplômée de l'enseignement supérieur est nettement plus élevée que la moyenne de la ville. Ainsi, 39,7 % de la population du 1<sup>er</sup> arrondissement et 42,1 % de celle du 5<sup>ème</sup> sont diplômés de l'enseignement supérieur. D'autres facteurs que le seul profil sociologique des consommateurs de biens et services culturels sont donc à prendre en compte pour expliquer la logique de concentration sur ces quartiers des acteurs de cette filière.

### **Des clusters culturels et créatifs émergents**

Lorsque l'on affine l'analyse des logiques de concentration des acteurs culturels et créatifs au sein des arrondissements marseillais en tenant compte de la spécialisation par domaine de ces acteurs, certaines logiques d'aménagement urbain semblent s'être ajoutées aux logiques socio-démographiques pour favoriser l'émergence de clusters.

#### ***Un cluster diversifié : le 1er arrondissement, quartier culturel au cœur de la rénovation urbaine***

Le 1er arrondissement de Marseille est celui qui est marqué par la plus forte logique de concentration des acteurs culturels et créatifs au sein de la ville de Marseille (14,4 % d'entre eux se localisent au sein de cet arrondissement).

Comme cela a été dit précédemment, cet arrondissement est situé dans l'hyper-centre de la ville, à l'est du Vieux-Port, et est traversé d'ouest en est par la grande avenue de la « Canebière ». Il est divisé en six quartiers officiels : Belsunce, Le Chapitre, Noailles, Opéra, Saint-Charles et Thiers ainsi qu'une partie du quartier de La Plaine. Arrondissement populaire, certains de ses quartiers sont parmi les plus pauvres de la ville. La récente tragédie de l'effondrement des immeubles de la rue d'Aubagne, traduit d'ailleurs le délabrement de certains de ses bâtiments.

C'est dans ce quartier que de nombreuses opérations de rénovation urbaine depuis une vingtaine d'années ont favorisé l'implantation ou la réhabilitation d'équipements phares en matière culturelle (notamment autour du Vieux Port, sur le Cours Belsunce et sur la Canebière). Aujourd'hui, le 1<sup>er</sup> arrondissement concentre donc 18 % des acteurs du domaine du spectacle vivant (notamment

l'Opéra de Marseille et le théâtre de l'Odéon...), ainsi que près de 19 % des acteurs de l'audiovisuel tous métiers confondus. Il regroupe également 16,5 % des acteurs spécialisés dans le domaine des arts visuels et 16,6 % de ceux du domaine du livre. C'est également dans ce premier arrondissement que se situe le Palais Carli qui accueille le Conservatoire National de Région « Pierre Barbizet ».

### ***Un cluster spécialisé : Le patrimoine du front de mer***

Les acteurs culturels et créatifs relevant du domaine du patrimoine se révèlent fortement concentrés au sein du 1<sup>er</sup> arrondissement (18 %) du 2<sup>ème</sup> arrondissement (21,32 %) et du 7<sup>ème</sup> (10,3 %). A eux trois, ces arrondissements concentrent ainsi plus de 49,3 % des acteurs de ce domaine. Leur héritage historique lié au port de Marseille et la localisation de différents monuments historiques emblématiques, ainsi que de grandes bibliothèques ou médiathèques expliquent notamment ce constat.

Le 1<sup>er</sup> arrondissement abrite notamment le musée d'Histoire, la grande bibliothèque de l'Alcazar, ainsi que de nombreux monuments historiques. L'arrondissement est traversé d'ouest en est par l'avenue de la Canebière, sur laquelle se trouvent notamment le Palais de la Bourse, l'hôtel Louvre et Paix et l'église des Réformés. Le 2<sup>ème</sup> arrondissement quant à lui recouvre la partie la plus ancienne de Marseille, au nord du Vieux-Port, notamment le quartier du Panier. Parmi les anciens bâtiments conservés, on trouve la Maison Diamantée, l'Hôtel-Dieu et la Vieille Charité. Le nord de l'arrondissement abrite le nouveau port de Marseille, ouvert au XIX<sup>e</sup> siècle, et le quartier d'affaires de la Joliette-Arenc, aménagé à partir des années 1990 dans le cadre d'Euroméditerranée. Le J4, au sud du port de la Joliette, accueille depuis 2013 le Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée et la Villa Méditerranée. Le 7<sup>ème</sup> arrondissement, dans le prolongement accueille de grands emblèmes patrimoniaux de la ville, le Vallon des Auffes, l'Abbaye de Saint-Victor, le Fort Saint-Nicolas, le Palais du Pharo, et le site archéologique de la carrière antique grecque de la Corderie

### ***Une logique de filière émergente au cœur des arrondissements bourgeois : arts visuels, architecture, livre, numérique et publicité***

Les 6<sup>ème</sup>, 7<sup>ème</sup> et 8<sup>ème</sup> arrondissements, qui présentent une forte logique de concentration des acteurs culturels et créatifs, se distinguent tout particulièrement par leur attractivité à l'égard des activités d'architecture. A eux trois, ils concentrent 41,36 % des acteurs de ce domaine.

Le 6<sup>ème</sup> arrondissement se distingue également par la forte présence d'acteurs spécialisés dans les arts visuels (près de 15 % des effectifs marseillais dans ce domaine). Cette concentration est à rapprocher de l'une des particularités de l'arrondissement qui abrite le quartier des antiquaires rue Edmond-Rostand ainsi que les boutiques de luxe de la ville situées dans les rues Paradis, Grignan, et Breteuil. Il est aussi le quartier des "bourgeois bohèmes" et des artistes dans sa partie nord et aux alentours du Cours Julien.

On observe enfin une localisation plus intense au sein des 6<sup>ème</sup> et 8<sup>ème</sup> arrondissements, des acteurs spécialisés dans les domaines du livre, du numérique et de la publicité. A eux deux ces

arrondissements regroupent ainsi près de 25,5 % des acteurs du livre, plus de 23 % des acteurs du numérique et près de 27 % de ceux de la publicité. Il est à noter qu'en dehors de ces deux arrondissements, un seul pôle numérique se distingue véritablement sur la ville de Marseille. Il s'agit de la technopole de Château Gombert, située au sein du 13<sup>ème</sup> arrondissement.

### ***Un cluster spécialisé dans le spectacle vivant et l'audiovisuel : le Pôle de la Belle de Mai - 3ème arrondissement***

Si comme cela a été dit plus haut, le 3<sup>ème</sup> arrondissement représente l'un des arrondissements les moins attractifs pour les acteurs culturels et créatifs (seuls 4 % d'entre eux s'y sont localisés), il est toutefois important de nuancer ce propos en ce qui concerne les domaines du spectacle vivant et de l'audiovisuel. Dans ces deux domaines, cet arrondissement présente en effet un taux de concentration d'effectifs plus élevé que dans d'autres, puisqu'il concentre 7,31 % des acteurs du spectacle vivant et 7,8 % des acteurs de l'audiovisuel. En comparaison le 3<sup>ème</sup> arrondissement concentre moins de 1 % des effectifs du domaine de l'architecture.

Si ces chiffres ne positionnent pas le 3<sup>ème</sup> arrondissement à la première place en termes d'attractivité des acteurs du spectacle vivant ou de l'audiovisuel (en comparaison le 1<sup>er</sup> arrondissement en attire respectivement 18 % et 19 % et le 6<sup>ème</sup> en attire 13 % et 12,3 %) ils reflètent cependant les effets d'une logique volontariste de politique publique ayant contribué à l'émergence du Pôle de la Belle de Mai. Ce dernier regroupe au sein de « La Friche », un grand nombre de compagnies, de sociétés de production et de lieux de diffusion de spectacle. Il regroupe également au sein du « Pôle Média », un grand nombre d'opérateurs de l'audiovisuel et du numérique (studios de télévision, éditeurs de chaînes télévisuelles ou de jeux vidéo...).

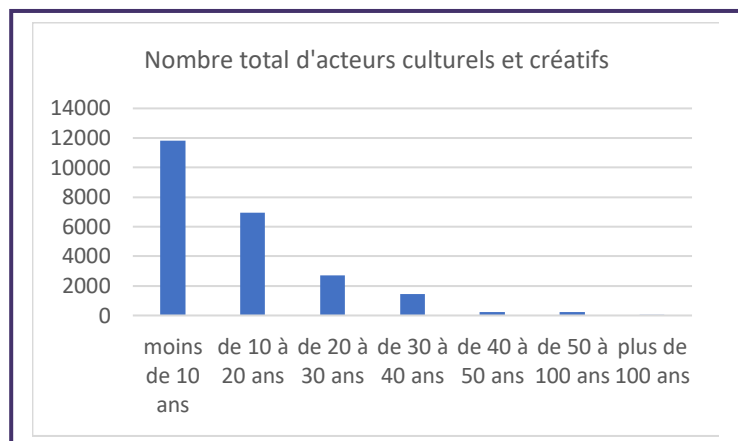
### III. Approche organisationnelle : Jeunesse et hétérogénéité des acteurs culturels et créatifs du territoire d'Aix-Marseille Provence

Afin d'appréhender, à un niveau d'analyse macro, les logiques organisationnelles des acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence, il a été fait le choix ici de caractériser l'ensemble des effectifs recensés selon deux critères principaux : leur ancienneté de présence sur le territoire ainsi que leur statut juridique.

Le premier critère relatif à l'âge des organisations (calculé sur la base de la date de création des organisations recensées), permet tout d'abord de révéler leurs dynamiques temporelles, et de les rapporter à d'éventuelles évolutions plus générales de leur filière d'activité. Le second critère permet ensuite, à travers les particularités des statuts juridiques adoptés par les organisations, de révéler les cadres organisationnels, en soulignant les spécificités propres aux domaines principaux d'activités de la filière (Soldo, 2018, p.110).

#### 3.1. La filière culturelle et créative sur le territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence : un tissu d'acteurs majoritairement récent

Lorsque l'on caractérise les acteurs de la filière culturelle et créative du territoire d'Aix-Marseille Provence en fonction de la date de création de leur organisation, on est frappé par la jeunesse de ce tissu économique. En effet, 91,6 % des effectifs recensés ont implanté leur organisation sur le territoire il y a moins de trente ans et plus de 50 % d'entre eux l'ont créée il y a moins de 10 ans.



Affinée par domaine principal d'activité, cette analyse révèle des logiques de filière significatives.

#### 3.1.1. L'ancienneté des acteurs de l'administration et du patrimoine : un reflet de la logique politique volontariste de « décentralisation culturelle » à la française

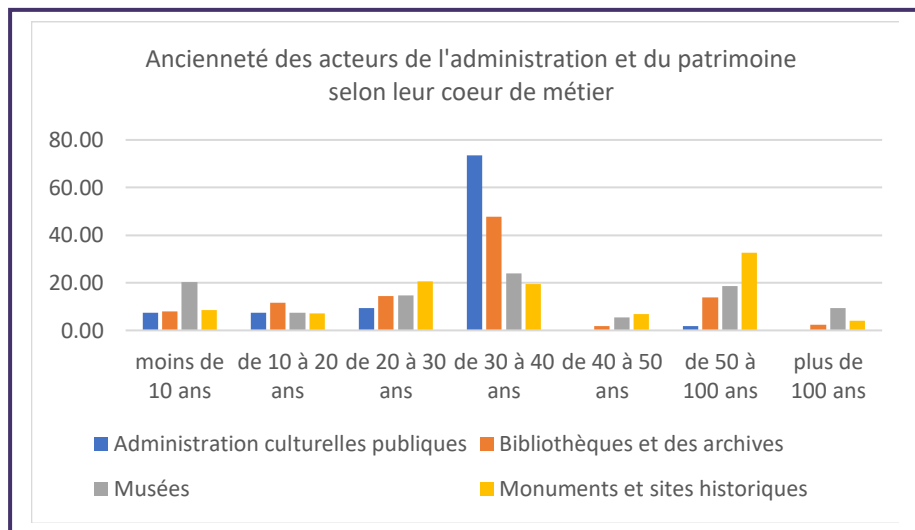
L'âge des organisations en charge de l'administration de la politique culturelle, ainsi que celui des organisations en charge de l'entretien et de la valorisation du patrimoine apparaît beaucoup plus élevé que dans les autres domaines.

Les acteurs de l'administration ont en effet connu un pic de création de leurs organisations dans les années 1980. Ce pic est évidemment à rapprocher de la promulgation des « lois de

décentralisation », ayant contribué à déléguer la compétence culturelle aux trois collectivités territoriales alors instaurées, Région, Département et Commune. On observe donc que 74 % des acteurs de l'administration répartis sur le territoire métropolitain sont apparus dans les années 1980. Il s'agit essentiellement des acteurs communaux (directions de la culture, offices publics de coordination des politiques culturelles communales...) qui sont instaurés dans cette période, afin de coordonner les équipements culturels communaux décentralisés et assurer une offre publique d'événements artistiques sur leur territoire.

Dans le domaine du patrimoine, 63,6 % des acteurs sont présents depuis plus de 30 ans sur le territoire métropolitain. C'est d'ailleurs dans ce domaine que l'on retrouve les organisations les plus anciennes, puisque pour un tiers d'entre elles, elles ont plus de 50 ans et que pour plus de 4 % d'entre elles, elles ont même plus de 100 ans. Cette observation est à rapprocher de la tradition volontariste de l'Etat Français qui a toujours fait du patrimoine et de sa valorisation une priorité majeure de sa politique culturelle. Déjà encouragée par les pratiques de mécénat royal au XVI<sup>ème</sup> siècle (Académies Royales), cette priorité s'est vue réaffirmée lors de l'instauration de la République Française (récupération des Biens Nationaux et politique d'ouverture au public des musées, ex. Le Louvre). Elle a par ailleurs été de nouveau réaffirmée et formalisée lors de la création officielle du ministère de la culture en 1959. Cette politique volontariste a notamment favorisé l'essor de dispositifs nationaux et régionaux d'inventaire et de soutien public aux monuments historiques (ex. via la Réunion des Musées Nationaux et les Directions Régionales des Affaires Culturelles).

Ainsi en affinant les statistiques des acteurs du patrimoine selon leur cœur de métier, on observe que près de 37 % des organisations spécialisées dans la gestion de sites et monuments historiques ont été créées il y a plus de 50 ans.



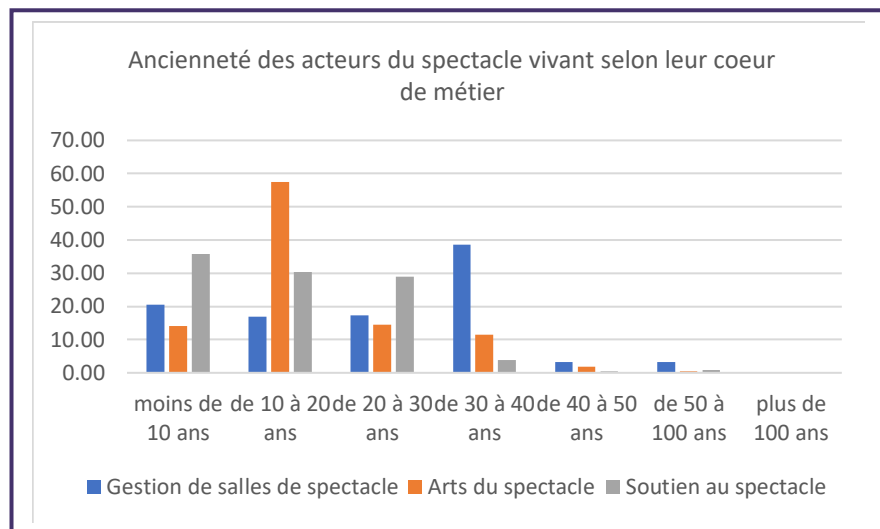
Les années 1980 à 2000 représentent ensuite la seconde grande vague de création de ces organisations (40 % d'entre elles). Ces années correspondent à la délégation de la gestion aux collectivités territoriales de l'entretien et de la valorisation de nombre de sites et monuments historiques. Sur la même période, on observe un pic de création d'organisations spécialisées dans la gestion des bibliothèques / médiathèques (62,5 % de ces équipements ont été créés sur le territoire entre 1980 et 2000). Enfin, trois phases de création d'organisations spécialisées dans la gestion des musées sont identifiables sur le territoire métropolitain. Près de 28 % d'entre elles ont en effet été

créées il y a plus de 50 ans, 39 % entre 1980 et 2000 et pour finir, près de 28 % depuis les années 2000 avec un pic dans les années récentes (20,4 % d'entre elles).

### 3.1.2. Les acteurs du spectacle vivant et de la presse : un fort taux de création ces trente dernières années

L'ancienneté de présence des acteurs du spectacle vivant sur le territoire d'Aix-Marseille Provence est en moyenne moins prononcée que dans les domaines de l'administration du patrimoine. En effet, si on peut souligner qu'un quart des acteurs du domaine du spectacle vivant est présent sur le territoire depuis plus de 30 ans, on assiste surtout à une grosse vague de création de structures dans ce domaine dans les années récentes (86 % des acteurs du domaine ont moins de 30 ans). Durant ces 30 dernières années, on peut souligner que 24 % des effectifs recensés ont créé leur structure il y a moins de 10 ans, mais que la grande majorité des acteurs semble s'être implantée sur le territoire dans les années 2000 (plus de 40 % des acteurs du domaine ont créé leur organisation au cours de cette décennie).

Lorsque l'on affine ces statistiques par cœur de métier on observe cependant des tendances intéressantes, pouvant être associées à l'évolution de l'implantation d'équipements structurants sur le territoire (gestion de salles) et son effet



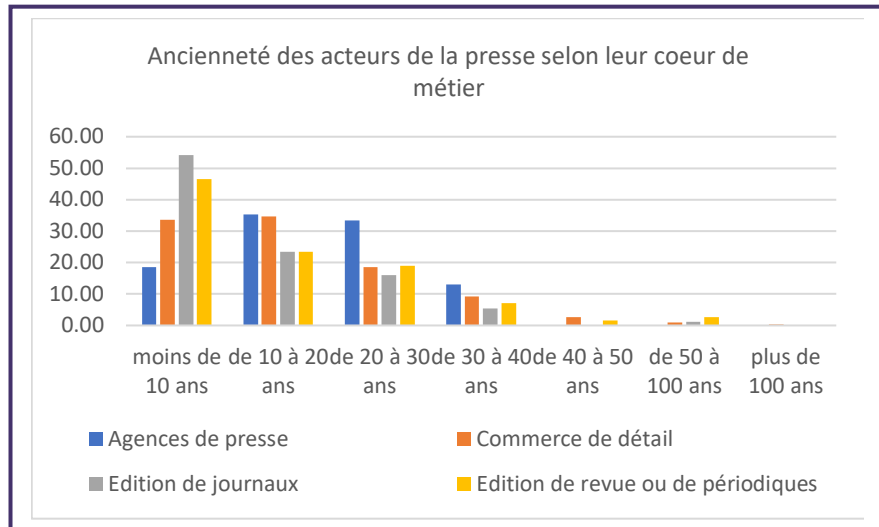
d'entraînement sur l'implantation d'un vivier d'artistes dans ce domaine. En effet, les acteurs spécialisés dans la gestion de salles de spectacle vivant ont connu un gros pic de création d'organisations entre 1980 et 1990 (39 % des acteurs exerçant ce métier ont donc entre 30 et 40 ans d'ancienneté). Cette vague de création d'équipements structurants est en grande partie liée au mouvement d'investissement des communes dans les salles de diffusion de spectacle, du fait de leur compétence culturelle fraîchement reconnue. La tendance à l'implantation de ces acteurs spécialisés dans la gestion de salle de spectacle se poursuit durant les décennies suivantes (34 % se sont créés entre 1990 et 2010 et 20,6 % depuis 2010). Cette tendance de long terme peut être rapprochée de celle de plus court terme révélant la création de nombre de structures artistiques spécialisées dans les activités de création ou de soutien au spectacle vivant, dont la majorité se sont créées il y a moins de 20 ans (71,6 % des organisations spécialisées dans les arts du spectacle vivant et 66 % de celles engagées dans le soutien à ces activités ont moins de 20 ans).



Les organisations actives dans le domaine de la presse ont, comme pour celles du spectacle vivant, majoritairement moins de 30 ans d'âge (49 % des effectifs du domaine).

Il est intéressant de noter que, comme dans le domaine du patrimoine, certains acteurs de la presse sont

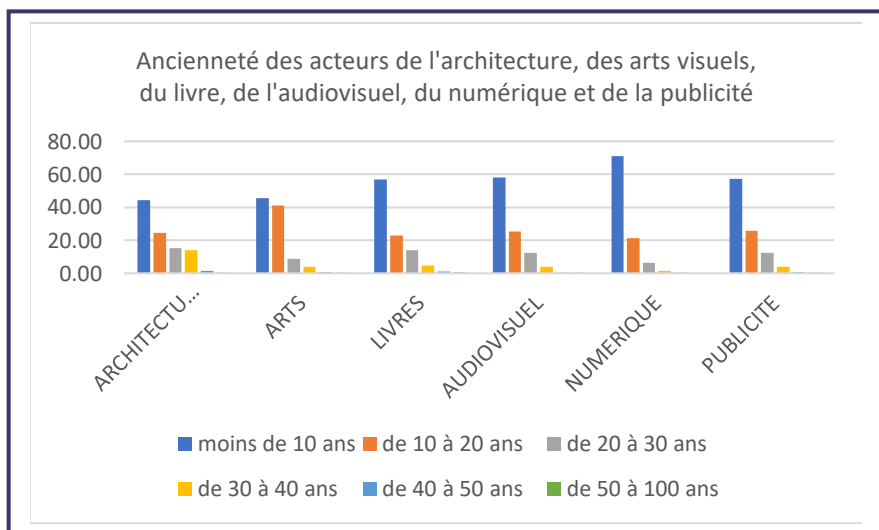
très anciens sur le territoire (2% d'entre eux ont plus de 50, voire de 100 ans). Cela est dû à l'ancienneté de la filière de la presse, dont certaines organisations se sont structurées dès la fin du XIXème siècle. Cependant, si une infime partie des acteurs du domaine de la presse semblent avoir profité de la longévité de leur filière, il n'en demeure pas moins que près de 40 % d'entre eux sont très jeunes, ayant créé leur organisation il y a moins de 10 ans. Cette dernière observation est à rapprocher de la diffusion progressive des technologies numériques, venant largement bouleverser l'offre et les structures traditionnelles de l'édition de journaux ou de quotidiens. En témoignent les deux cœurs de métier au sein desquels on retrouve les acteurs les plus jeunes sur le territoire : l'édition de journaux (plus de 54 % des acteurs ont moins de 10 ans) et l'édition de revues ou de périodiques (46,5 % des acteurs ont moins de 10 ans).



### 3.1.3. La jeunesse des acteurs du livre, de l'audiovisuel, du numérique, de la publicité, de l'architecture et des arts visuels : le bouleversement technologique du numérique

C'est dans les domaines culturels et créatifs largement impactés par l'évolution des nouvelles technologies de l'information et de la communication que l'on retrouve les acteurs les plus jeunes.

On observe en effet que 71 % des acteurs de la filière du numérique, 58 % de ceux de l'audiovisuel et 57 % de ceux du livre ou de la publicité, ont créé leur organisation il y a moins de 10 ans sur le territoire métropolitain. Près de 69 % des acteurs spécialisés dans les activités d'architecture ont moins



de 20 ans (44 % moins de 10 ans) et 86 % des acteurs du domaine des arts visuels se sont installés sur le territoire métropolitain il y a moins de 20 ans (45 % durant les 10 dernières années).

Au sein de ces filières d'activité, c'est l'introduction de la technologie numérique dès les années 1980 qui a véritablement révolutionné les modes de production et de diffusion des biens ou services culturels et par là même, leurs modes de consommation. Que les techniques de production soient ancrées dans des logiques industrielles (ex. livre, audiovisuel, numérique, publicité) ou dans des logiques plus artisanales (architecture, arts visuels) les modalités de production des œuvres dites « de contenu », se décline désormais sur différents supports et de plus en plus sans support, de façon « dématérialisée ». Les techniques numériques sont venues bousculer les pratiques de la conception graphique, de l'édition littéraire ou musicale, de la captation photographique ou vidéo... Elles offrent de nouvelles possibilités de création et de diffusion des œuvres. Ces dernières paraissent en outre modifiables au gré des utilisateurs et intègrent de plus en plus souvent des éléments de créativité qui viennent des usagers eux-mêmes (c'est ce que l'on voit notamment avec le développement de l'écriture de romans en ligne, l'essor des réseaux sociaux et de nouveaux formats de communication directe sur le web...).

C'est pourquoi les stratégies des organisations et notamment tout particulièrement celles des industries culturelles et créatives en ont été profondément modifiées. Alors qu'elles étaient spécialisées par type de supports utilisé (musique, cinéma, livre, arts plastiques...), elles combinent aujourd'hui plusieurs médias dans la production des contenus dits « transmédias ». Une même organisation qui avait jusque-là un seul métier est à même de les rassembler. On assiste ainsi, depuis la fin des années 1990, à une restructuration intense de ces organisations, accompagnée de rachats en rafale, aboutissant à la constitution de groupes multimédias aux stratégies internationales. A l'inverse, nombre d'organisations de petites tailles, start-up, ont également vu le jour dans les années récentes et promeuvent des contenus créatifs ultra spécialisés.

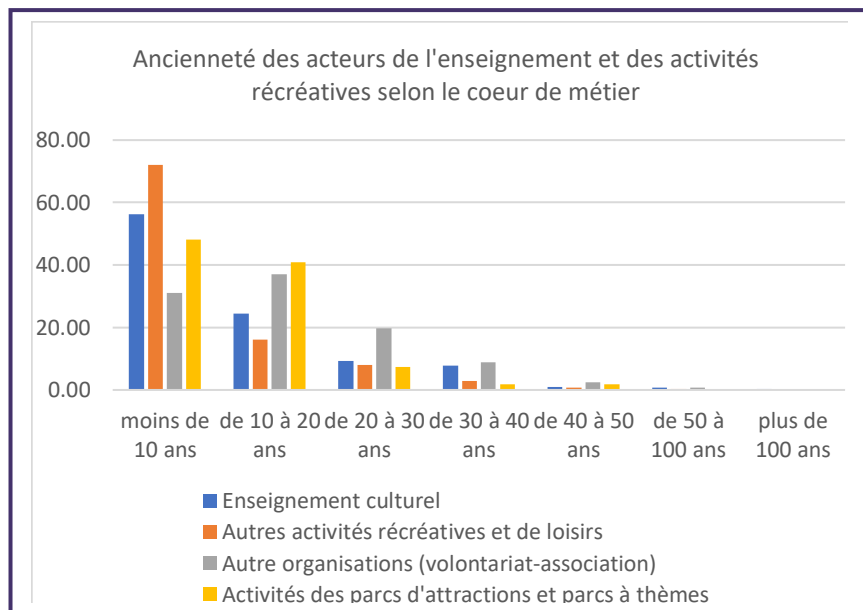
### ***3.1.4. La jeunesse des acteurs de l'enseignement et des autres activités récréatives : un résultat contre-intuitif***

Deux derniers domaines sont constitués d'organisations particulièrement jeunes sur le territoire métropolitain, le domaine de l'enseignement et celui des autres activités récréatives et de loisirs. Ce résultat nous est apparu au premier abord comme contre intuitif, puisque ces deux domaines recouvrent des activités traditionnellement soutenues par la politique culturelle française.

L'enseignement culturel spécialisé notamment, constitue l'une des priorités de cette politique publique, puisque les équipements d'enseignement artistique répondent à la fois aux finalités de démocratisation des pratiques artistiques ainsi qu'à celles de soutien à la création ou à la professionnalisation des artistes. Nombre d'équipements publics nationaux ou régionaux (écoles d'art, conservatoires etc...) sont donc anciens en France (plus de 100 ans pour certains). Ils ont été rejoints par de nombreux équipements publics communaux de plus petite taille dans les années 1980.

Les activités récréatives et de loisir quant à elles, sont portées par nombre d'associations issues de la loi française de 1901<sup>12</sup>. Sur le territoire français, nombre de grandes associations qui existent encore aujourd'hui ont été créées au début du XX<sup>ème</sup> siècle. Beaucoup d'entre elles ont survécu ou se sont reconstituées dans la clandestinité pendant la Seconde Guerre Mondiale. Le mouvement associatif a pris un nouvel essor en France après la Libération dans les secteurs de la jeunesse, de la protection de l'enfance, des sports, de la culture et de l'éducation populaire. Mais c'est véritablement depuis les années 1970, que ce mouvement associatif est marqué par une très grande vitalité.

Or, malgré l'ancienneté des activités de ces domaines, on constate que sur le territoire métropolitain les acteurs de l'enseignement ou ceux relevant des activités récréatives ont majoritairement créé leurs organisations dans les 10 dernières années (56,3 % des acteurs de l'enseignement ; près des 53 % des acteurs du domaine des autres



activités récréatives). Ce constat est à rapprocher de plusieurs évolutions majeures propres à ces deux domaines d'activité. En premier lieu, on peut souligner les fortes restructurations des équipements publics de l'enseignement culturel spécialisé qui ont été affectés par les restructurations administratives territoriales. Ainsi, nombre d'organisations qui au départ, étaient des équipements communaux, se sont progressivement réorganisées à un niveau intercommunal voire métropolitain (dates de création dans les années 2010). Par ailleurs, dans les domaines de l'enseignement culturel

<sup>12</sup> Le 1er juillet 1901, Pierre Waldeck-Rousseau fait adopter, au terme d'une longue bataille parlementaire une loi relative au contrat d'association qui garantit une des grandes libertés républicaines. La loi du 1er juillet 1901 et le décret du 16 août de la même année constituent les deux textes fondamentaux sur lesquels repose le fonctionnement des associations. La loi "1901" fonde le droit d'association sur des bases entièrement nouvelles : elle préserve la liberté et les droits des individus tout en permettant leur action collective. Elle met fin au régime restrictif et d'interdiction préventive de la loi *Le Chapelier* de 1854. Elle ne restaure rien du droit corporatif d'antan et fonde le droit d'association sur les principes issus de la révolution de 1789 :

- primauté de l'individu, de ses droits et de sa liberté,
- liberté d'adhérer ou de sortir d'une association,
- limitation de l'objet de l'association à un objet défini,
- égalité des membres d'une association,
- administration de l'association par libre délibération de ses membres.

La loi de 1901 reconnaît la liberté pour tout citoyen d'être ou non membre d'une association.

et des activités récréatives, l'essor des acteurs privés (associatifs ou entreprises individuelles) dispensant une offre individualisée, a contribué à la création de nombre d'organisations de petite taille réparties géographiquement sur l'ensemble du territoire métropolitain. La précarité économique de ces organisations, généralement de faible budget et souvent fortement utilisatrices de ressources bénévoles (notamment dans le champ associatif) ne garantit pas leur longévité mais favorise un turn-over important dans ce tissu productif. Enfin, l'évolution des usages et tout particulièrement l'engouement récent des consommateurs pour les activités de loisirs récréatives, notamment les parcs d'attraction ou l'engouement pour d'autres activités connexes aux arts et à la culture, a favorisé l'implantation sur le territoire métropolitain de nombre d'acteur de ce domaine dans les années récentes.

### **3.2. La filière culturelle et créative sur le territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence : un tissu d'acteurs très hétérogène**

Lorsque l'on caractérise les acteurs de la filière culturelle et créative du territoire d'Aix-Marseille Provence en fonction du statut juridique de leur organisation, on est frappé par la grande hétérogénéité de ce tissu économique. En effet, sur les 23 433 acteurs recensés, on identifie 68 statuts juridiques sous lesquels leurs organisations sont enregistrées. Cette diversité de statuts juridique peut permettre, d'un point de vue macro, de distinguer certaines logiques organisationnelles et économiques sous-jacentes.

Ce premier constat relatif à l'hétérogénéité des statuts juridiques des acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain corrobore les observations régulièrement réalisées dans le cadre de cette filière d'activités (Soldo, 2018, p.105 et 106). Sa structuration lente au fil des siècles, s'est en effet traduite par une intégration graduelle de pratiques créatives variées, aux technologies et logiques de production différentes. Ainsi, le périmètre des activités de la filière s'est étendu, favorisant une grande diversité au sein de ses organisations. Le développement des techniques de reproduction au XIX<sup>ème</sup> siècle, puis l'essor du numérique au XX<sup>ème</sup> les ont transformées. Elles se sont structurées progressivement autour de deux grands types de produits : les œuvres uniques (peintures, œuvres architecturales ou représentations de spectacle vivant...), fabriquées selon une technique que l'on pourrait qualifier d'artisanale et les biens ou services reproductibles (livres, films, disques...), fabriqués selon une technique industrielle.

Cette distinction entre logiques économiques, qui s'opère entre les produits industriels et les produits artisanaux, va se doubler d'une différenciation de leurs entités productives. Si l'offre de produits uniques reste plutôt assurée par de petites organisations privées (Très Petites Entreprises (TPE) ou Petites et Moyennes Entreprises (PME)) ou par des organisations à mission de services publics (organisations de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS)<sup>13</sup> ou organisations publiques), l'offre de produits industriels en revanche, va rapidement être assurée par de grandes entreprises, régies par

<sup>13</sup> La loi française du 31 juillet 2014 définit l'économie sociale et solidaire comme un mode d'entreprendre et de développement économique adapté à tous les domaines de l'activité humaine, auquel adhèrent des personnes morales de droit privé qui remplissent les conditions cumulatives suivantes : un but autre que le seul partage des bénéfices, une gouvernance démocratique, une lucrativité limitée.

les règles de lucrativité et qui constituent aujourd'hui le noyau de l'oligopole. En parallèle, la professionnalisation progressive des acteurs de la sphère génère une extrême variété de statuts juridiques tant pour l'emploi individuel : indépendant, salarié permanent ou temporaire, salarié sous régime dérogatoire : ex. intermittent du spectacle... que pour les organisations en tant que telles : de la société à responsabilité limitée (SARL) à la société anonyme (SA) en passant par la société coopérative (SCOP ou SCIC) ou l'association loi 1901. C'est ainsi que la filière culturelle et créative recouvre sans doute aujourd'hui la plus grande variété organisationnelle possible.

Afin de simplifier l'analyse de ces statuts juridiques très hétérogènes et de révéler certaines logiques organisationnelles et économiques sous-jacentes, il a été ici fait le choix de les regrouper en quatre grandes catégories d'entreprises : les micro-organisations ; les organisations commerciales ; les organisations de l'ESS ; les organisations publiques.

Le tableau ci-dessous synthétise la démarche adoptée.

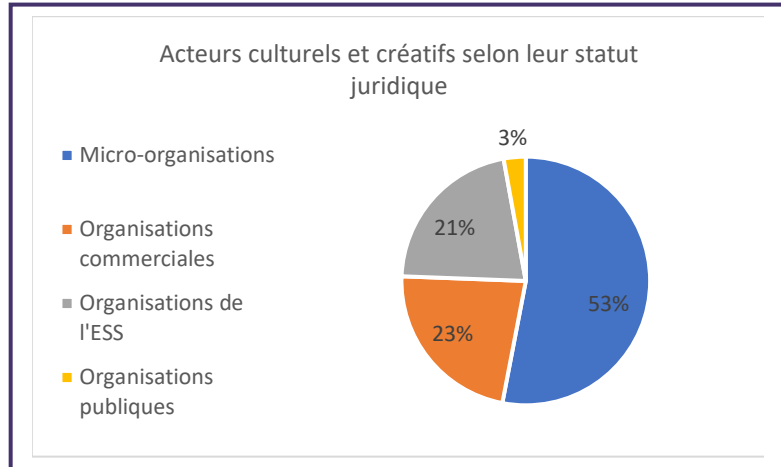
**TABLEAU 1. CATEGORIES PRINCIPALES DES STATUTS JURIDIQUES DES ACTEURS CULTURELS ET CREATIFS DU TERRITOIRE METROPOLITAIN D'AIX-MARSEILLE PROVENCE**

<b>Catégories</b>	<b>Description des catégories</b>	<b>Nombre d'acteurs recensés</b>
Micro-organisations	TPE – organisations de droit privé à but lucratif, de très petite taille économique et généralement mono-employeur	12 425
Organisations commerciales	PME ou grandes entreprises – organisations de droit privé à but lucratif et généralement employeuses (taille économique variée)	5 291
Organisations de l'ESS	Organisations variées de droit privé dont le statut juridique et la logique économique sont encadrés par la loi française du 31 juillet 2014 : organisations qui remplissent les conditions cumulatives suivantes : but autre que le seul partage des bénéfices, gouvernance démocratique, lucrativité limitée	5 046
Organisations publiques	Organisations de statut public remplissant des missions de service public - plusieurs niveaux possibles de tutelle : national, régional, départemental, métropolitain, communal. Elles peuvent être soumises aux règles du droit public et aux règles de droit privé, si elles exercent leur activité sous un statut juridique mixte	671

### 3.2.1. Une nette prédominance des acteurs de statut privé et de très petite taille

A l'instar de ce qui est observable au niveau national, les acteurs culturels et créatifs répartis sur le territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence exercent majoritairement leur activité au sein d'organisations de statut privé. En effet, sur l'ensemble des acteurs recensés, seuls 3 % ont adopté un statut d'organisation publique.

Au-delà de cette première observation, on observe que les micro-organisations représentent, de loin, le tissu d'acteurs culturels et créatifs le plus fourni. En effet, plus de la moitié des acteurs recensés exerce son activité au sein d'une organisation de très petite taille. Parmi ces micro-organisations, trois types de statuts juridiques se distinguent nettement : les

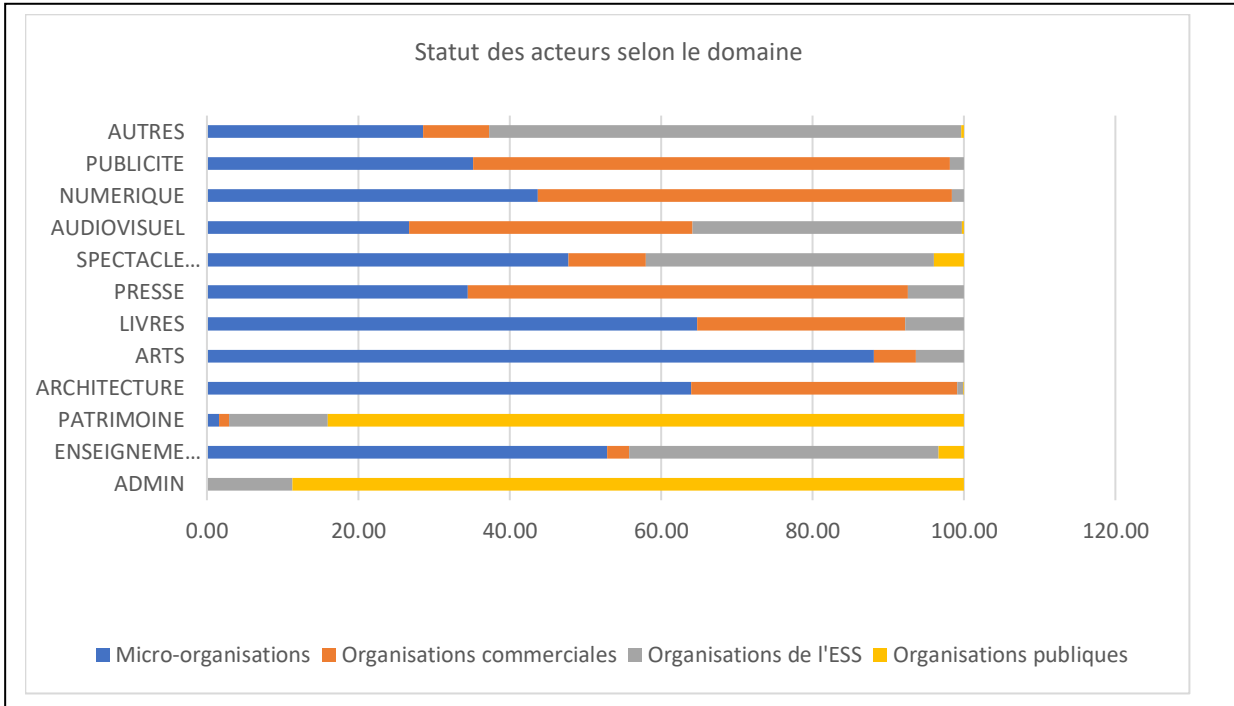


professions libérales (39 % des micro-organisations recensées) et les entrepreneurs individuels (20,4 %) et les personnes physiques « autre » (28,5 %). Il est important de souligner que dans une approche de la chaîne de valeur de la filière, c'est principalement au sein de ces trois groupes d'acteurs que l'on retrouve l'essentiel du vivier des métiers spécialisés dans l'étape de « création » des biens et services culturels et créatifs, en amont de l'ensemble du processus de production et diffusion. Au-delà des architectes ou des programmeurs informatiques spécialisés par exemple (très fortement représentés au sein des professions libérales et entrepreneurs individuels), on retrouve l'essentiel des artistes, tous domaines esthétiques confondus (arts visuels, audiovisuel et spectacle vivant), et la majorité des structures spécialisées dans l'accompagnement de ces artistes.

Deux grandes catégories de statuts juridiques se distinguent ensuite, les organisations commerciales qui représentent 23 % des effectifs recensés et les organisations de l'ESS, qui représentent quant à elles, 21 % des effectifs recensés. C'est au sein des organisations commerciales que la variété des statuts juridiques adoptés par les acteurs culturels et créatifs est la plus importante (30 statuts différents). Parmi elles, deux groupes sont particulièrement identifiables. 53 % de ces organisations relèvent des différentes formes de SARL et 43,4 % relèvent des différentes formes de sociétés par action. Au sein des organisations de l'ESS, le statut juridique prépondérant est celui de l'association (loi 1901), puisqu'elles recouvrent plus de 99 % du tissu d'acteurs recensés dans cette catégorie.

### 3.2.2. Des choix de statuts adaptés en fonction de la logique « métier » au sein de la filière culturelle et créative

Lorsque l'on affine l'analyse des statuts juridiques en fonction du domaine principal d'activité, on observe que l'hétérogénéité de ces statuts est fonction des particularités propres aux métiers que les acteurs culturels et créatifs exercent au sein de la filière.



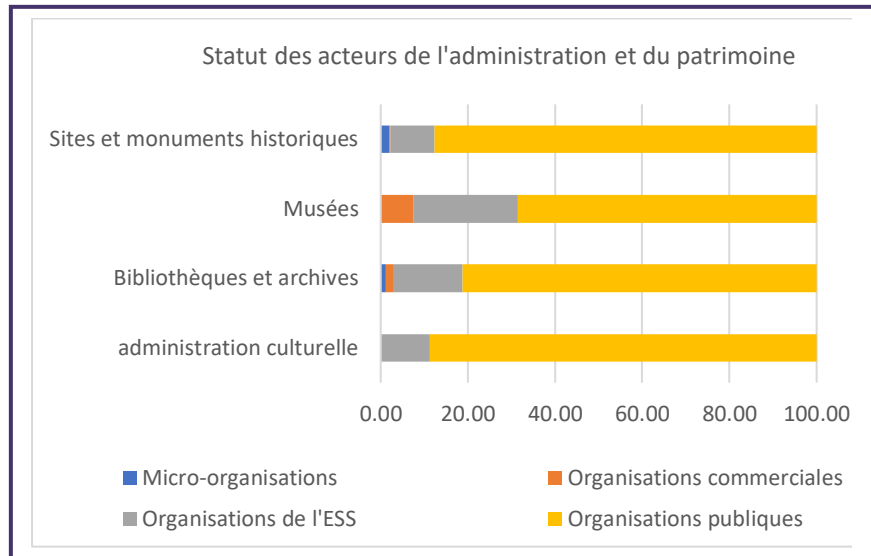
Lorsque l'on affine encore l'analyse des statuts juridiques par domaine, en tenant compte notamment du cœur de métier des acteurs culturels et créatifs du territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence, on peut identifier deux grands types de logiques économiques et organisationnelles sous-jacentes. Une première relève plutôt d'une logique publique ou d'utilité sociale en soutien des activités artistiques individuelles et s'incarne dans la prédominance d'organisations publiques, de l'ESS et selon les domaines de micro-organisations privées. La seconde, relève plutôt d'une logique commerciale et lucrative, en soutien des activités créatives individuelles et s'incarne dans la prédominance d'organisations commerciales ou de micro-organisations privées. Seul le domaine de l'audiovisuel semble se distinguer avec une logique hybride, au sein de laquelle la spécialisation par métier oriente les organisations vers l'une ou l'autre des logiques évoquées ci-dessus.

### *Une logique publique ou d'utilité sociale en soutien des activités artistiques individuelles*

Dans cette première catégorie d'acteurs, on retrouve essentiellement ceux qui relèvent d'un processus de production non industrialisé.

#### **Administration et patrimoine : la prépondérance de la logique publique**

Deux domaines se distinguent en premier lieu par la prépondérance d'acteurs publics ou d'acteurs de l'ESS. Les domaines de l'administration (88,7 % d'organisations publiques) et du patrimoine (84 % d'organisations publiques) répondant essentiellement à des missions de politique culturelle, sont donc gérés



par des acteurs relevant de droit public et de financements publics, en grande majorité. Les autres acteurs en présence dans ces domaines exercent leur activité essentiellement sous statut associatifs (11,3 % pour l'administration et 13 % dans le patrimoine). Ce statut, les autorisant à bénéficier de financements publics croisés (tous les échelons administratifs peuvent contribuer au financement), leur permet de remplir des missions de service public par délégation. Pour exemple, on peut noter que 24 % des acteurs spécialisés dans la gestion des musées, exercent leur activité au sein d'une organisation de l'ESS, de même que pour 16 % des acteurs spécialisés dans la gestion des bibliothèques et médiathèques.

#### **Enseignement, spectacle vivant et autres activités récréatives : la prépondérance de la logique ESS en soutien de la logique création artistique individuelle**

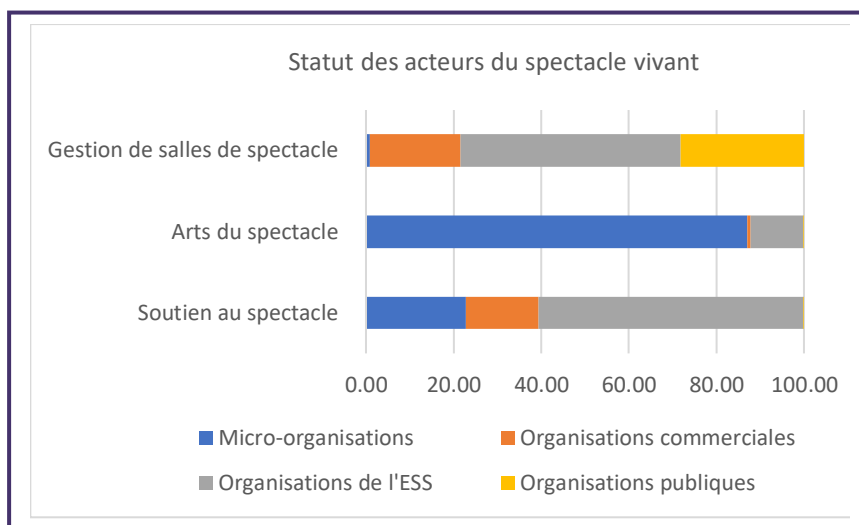
Trois domaines, ceux de l'enseignement, du spectacle vivant et des autres activités récréatives, se distinguent ensuite par la prépondérance nette des organisations de l'ESS (principalement associatives) et des micro-organisations.

Ainsi, dans le domaine de l'enseignement, près de 41 % des acteurs exercent leur activité au sein d'organisations de l'ESS et près de 53 % d'entre eux, au sein de micro-organisations. Il est intéressant d'observer que les statuts reflètent assez bien les deux logiques économiques que l'on retrouve dans ces métiers de l'enseignement culturel, à savoir la logique individuelle des enseignants



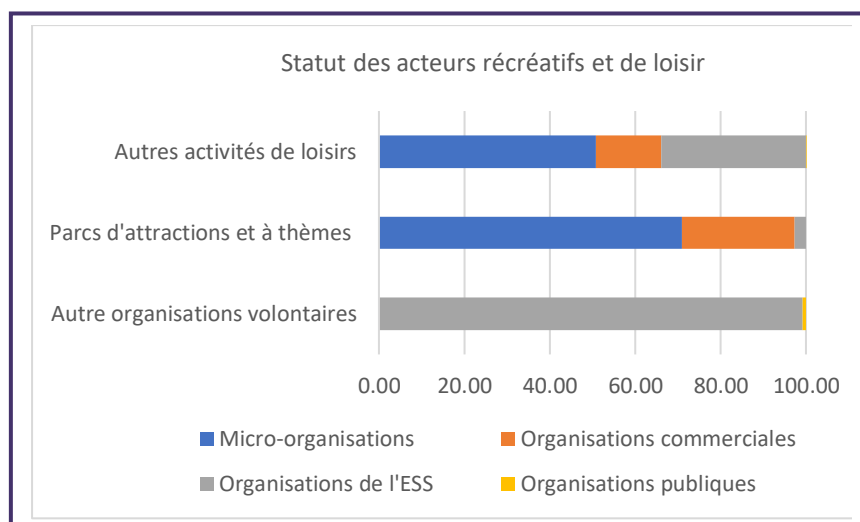
spécialisés (micro-organisations) et la logique collective des écoles spécialisées (majoritairement organisations de l'ESS).

Dans le domaine du spectacle vivant, on retrouve une répartition globale des acteurs assez similaire à celle de l'enseignement, puisque 38 % des acteurs exercent leur activité au sein d'organisations de l'ESS et près de 48 % d'entre eux, au sein de micro-organisations. Cependant, lorsque l'on affine l'analyse par cœur de métier on observe des



nuances importantes. Les acteurs spécialisés dans les arts du spectacle (artistes essentiellement) exercent notamment leur activité à plus de 87 % sous la forme de micro-organisations. Les acteurs spécialisés dans l'accompagnement et le soutien aux arts du spectacle vivant quant à eux, exercent leur activité à 60,5 % au sein d'organisations de l'ESS (collectifs, compagnies, structure d'ingénierie de spectacle etc...), à près de 23 % au sein de micro-organisations (il s'agit majoritairement ici de producteurs ou diffuseurs d'artistes) et à 16,5 % au sein d'organisations commerciales. Enfin, le cœur de métier spécialisé dans la gestion de salles de spectacle présente des différences notables. En effet, si 50 % des organisations en charge de la gestion des salles relèvent de l'ESS, plus de 28 % relèvent du public et près de 21 % relèvent du commercial.

Enfin, le domaine des autres activités récréatives et de loisir est largement représenté par les organisations de l'ESS (62,3 %) puis par ceux des micro-organisations (28,5 %). Ce constat est évidemment à rapprocher du poids ultra majoritaire des associations (plus de 99 %) au sein des acteurs dont le cœur de métier est spécialisé dans l'animation et la participation volontaire



des citoyens à des activités culturelles ou socio-culturelles. A l'inverse, on peut noter que les acteurs spécialisés dans les autres activités de loisir ou les parcs d'attraction s'orientent en revanche vers des organisations à but lucratif, qu'elles soient de très petite taille économique (70 % des acteurs spécialisés dans les activités des parcs d'attraction ou à thème et 51 % des acteurs spécialisés dans

les autres activités récréatives exercent leur activité au sein de micro-organisations) ou de plus grande taille (26,4 % des acteurs spécialisés dans les activités des parcs d'attraction ou à thème et 15,3 % des acteurs spécialisés dans les autres activités récréatives exercent leur activité au sein d'organisations commerciales).

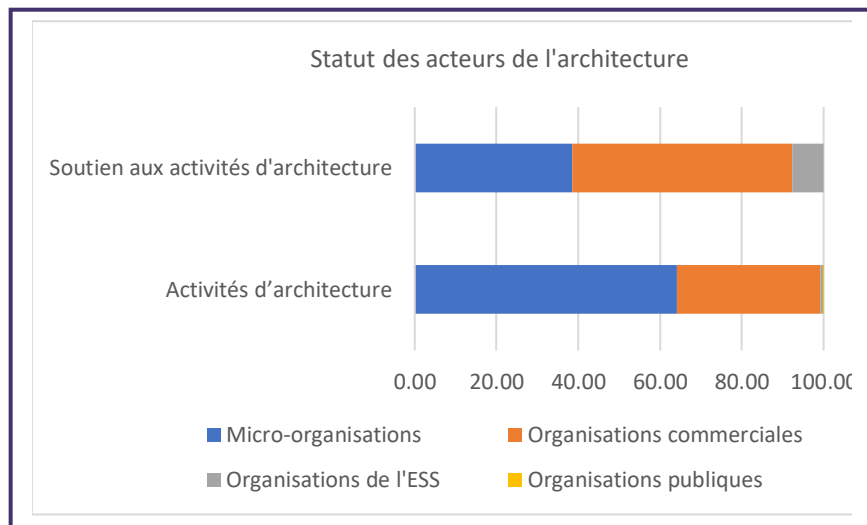
### *Une logique commerciale de groupe en soutien d'activités créatives individualisées*

Dans cette seconde catégorie d'acteurs, on retrouve essentiellement ceux qui relèvent d'un processus de production industrialisé ou fortement en lien avec la numérisation des contenus et des techniques de production. Ces activités sont parfois exercées au sein de groupes commerciaux aux logiques internationales.

### **Architecture, arts visuels et livre : une logique commerciale individuelle prépondérante**

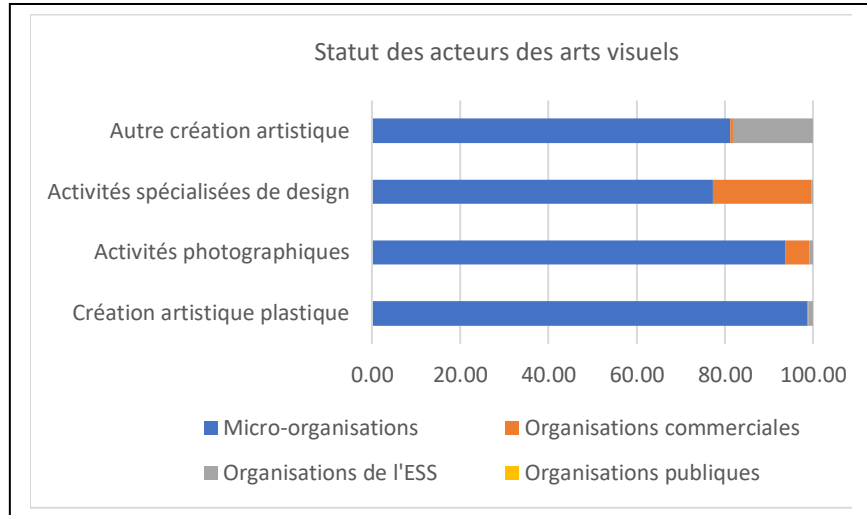
Un premier groupe d'acteurs, relevant des domaines de l'architecture, des arts visuels et du livre, se distingue au sein de cette catégorie en ce qu'ils exercent majoritairement leur activité au sein de micro-organisations.

Au sein du domaine de l'architecture, près de 64 % des organisations recensées relèvent de la catégorie des micro-organisations. Cela tient principalement aux activités portées par les cabinets d'architectes, qui exercent leur activité en tant que professions libérales ou entrepreneurs individuels. Cette logique



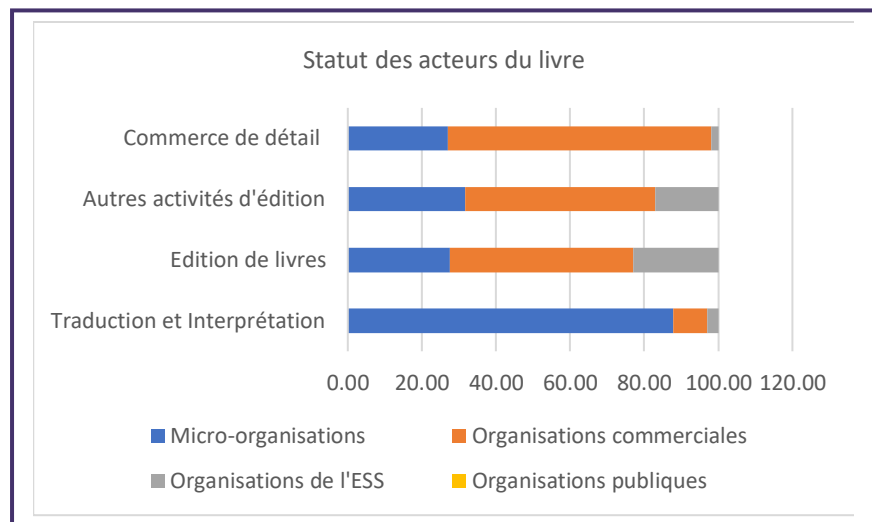
individuelle lucrative est soutenue par la présence d'organisations commerciales au sein de cette activité et qui représentent 35 % des organisations identifiées.

Le domaine des arts visuels quant à lui est clairement ancré dans la logique créative individuelle, puisque plus de 88 % des organisations qui composent ce domaine sont des micro-organisations. Cette logique est particulièrement significative au sein des acteurs dont le cœur de



métier est spécialisé dans la création d'œuvres d'art plastique (près de 99 % de ces acteurs) ou dans les activités photographiques (près de 94 % de ces acteurs). Il s'agit essentiellement d'artistes plasticiens ou photographes qui travaillent seuls à leurs créations puis les commercialisent. Les activités spécialisées dans le design ou les autres formes de création artistique, notamment en lien avec les techniques numériques, s'exercent-elles aussi principalement sous la forme de micro-organisations (77,3 % des acteurs du design et 81,2 % des autres activités de création artistique). On peut toutefois noter que ces activités, largement connectées aujourd'hui à d'autres activités économiques (publicité, audiovisuel, spectacle, etc...) sont soutenues par des organisations commerciales qui représentent 22,3 % des acteurs du design, ainsi que des organisations de l'ESS, qui représentent 18,2 % des organisations des autres activités de création artistique.

Le domaine du livre enfin, présente des spécificités notables selon le cœur de métier exercé par ses acteurs. En effet, si au sein du domaine les acteurs exercent leur activité à 64,75 % au sein de micro-organisations, on constate que leur positionnement au sein de la filière influe fortement sur le statut juridique qu'ils choisissent.



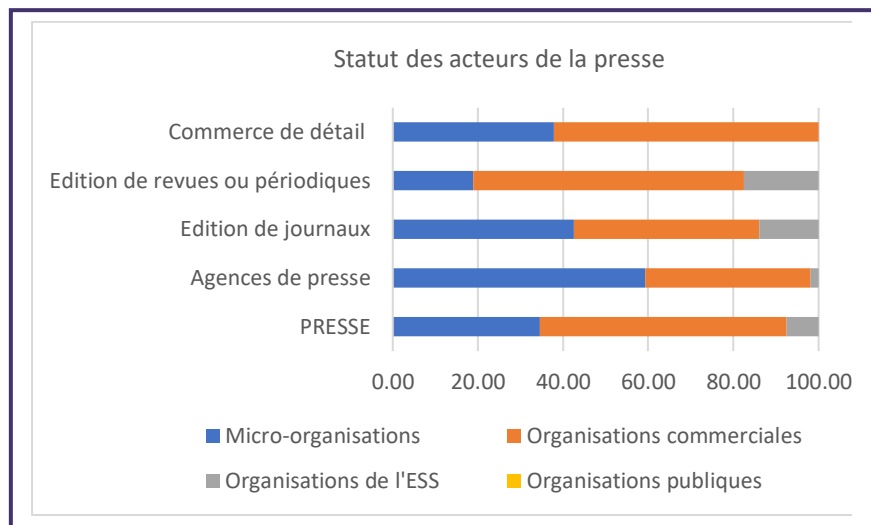
S'ils s'inscrivent tous dans une logique commerciale à but lucratif, on observe que les acteurs spécialisés dans la traduction ou l'interprétation littéraire en amont de la filière, préfèrent largement les micro-organisations (88 % des acteurs de ce métier), alors que ceux spécialisés dans les activités d'édition ou de commerce de détail, préfèrent en revanche les organisations commerciales (49,3 % des organisations de l'édition de livre, 51,2 % des organisations spécialisées dans les autres activités d'édition et 71 % des organisations assurant la fonction de commerce de détail en magasin

spécialisé). Il est intéressant de noter qu'au sein des activités d'édition on retrouve également des organisations ancrées dans la logique ESS. Même si elles ne sont pas majoritaires, elles représentent toutefois 23 % des organisations spécialisées dans l'édition de livre et 17 % de celles spécialisées dans les autres activités d'édition.

### Presse, numérique et publicité : une logique commerciale de groupe prépondérante

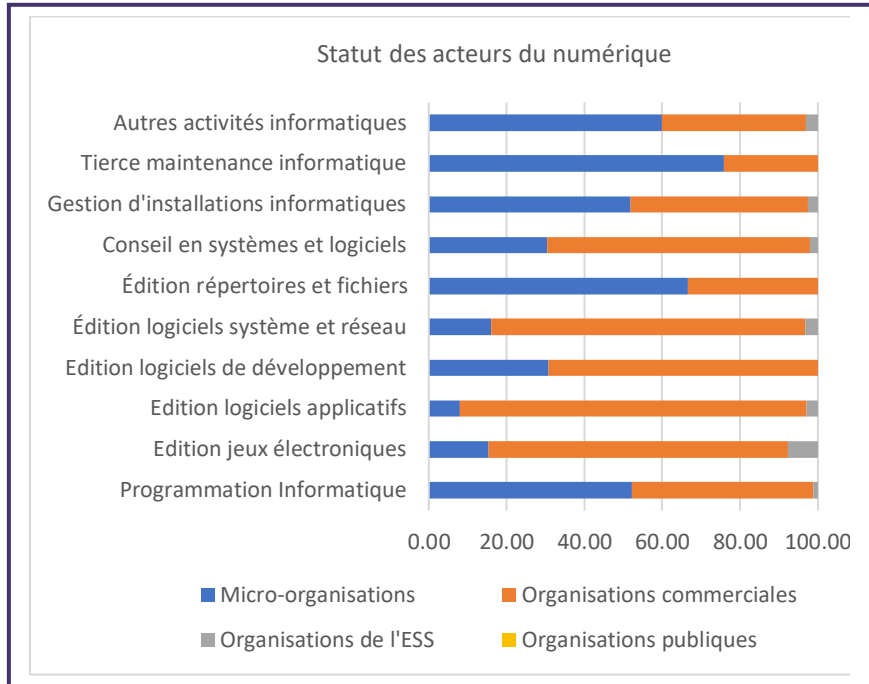
Un second groupe d'acteurs, relevant des domaines de la presse, du numérique et de la publicité, se distingue ensuite en ce qu'ils exercent majoritairement leur activité au sein d'organisations commerciales à but lucratif. Pour exemple, le domaine de la publicité recouvre une grande majorité d'acteurs exerçant leur activité au sein d'organisations commerciales (63 %).

Le domaine de la presse recouvre une majorité d'acteurs exerçant leur activité au sein d'organisations commerciales (58 %). Cependant lorsque l'on affine l'analyse des statuts en fonction du cœur de métier exercé par les acteurs de ce domaine on observe des différences notables en fonction du



positionnement des acteurs au sein de la filière. Pour exemple, les activités des agences de presse, regroupant notamment les activités des journalistes spécialisés, en amont de la filière, sont exercées majoritairement au sein de micro-organisations (59,3 % des acteurs de ce métier). Les métiers de l'édition sont exercés au sein d'organisations commerciales de plus grande taille pour l'édition de revues ou périodiques (63,7 % des acteurs de ce métier), mais à quasi-parité au sein d'organisations commerciales ou de micro-organisations pour l'édition de journaux (respectivement 43,6 % et 42,5 %). Enfin, les activités de commerce de détail sont principalement exercées au sein d'organisations commerciales (62 %).

Le domaine du numérique recouvre lui aussi une majorité d'acteurs exerçant leur activité au sein d'organisations commerciales (54,6 %). Là encore, on peut noter des particularités propres au cœur de métier exercé par les acteurs de ce domaine et à leur positionnement au sein de la filière d'activité. On constate notamment que la logique individuelle est prépondérante pour les fonctions de l'amont de la



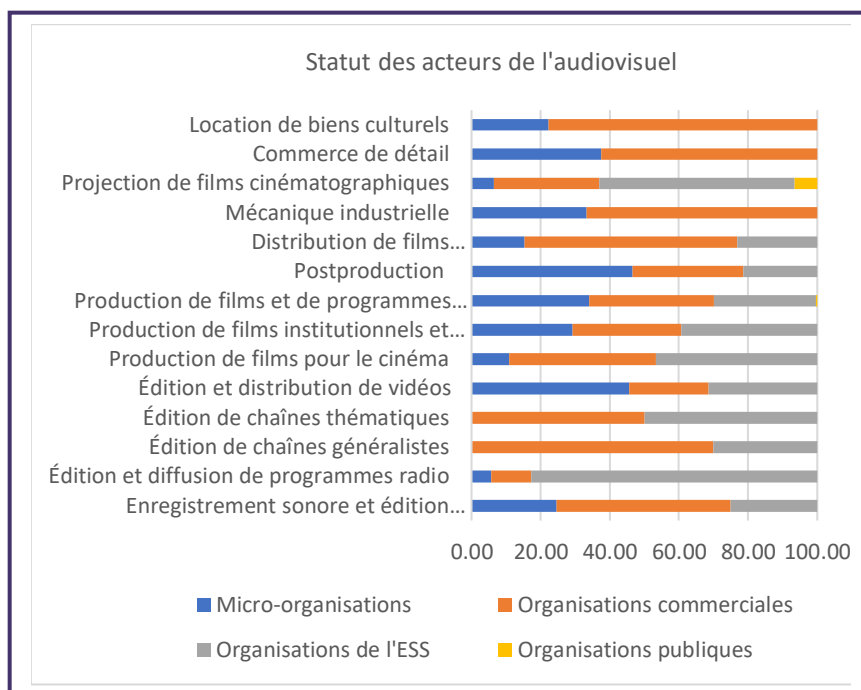
filière (52,3 % des acteurs spécialisés dans la programmation informatique exercent leur activité au sein de micro-organisations) ainsi que pour les fonctions support (pour exemple, 76 % des acteurs spécialisés dans la maintenance de système ou réseaux informatiques exercent leur activité au sein de micro-organisations, tout comme 52 % des activités de gestion d'installations informatique). Excepté pour les activités d'édition de répertoires ou fichiers spécialisés, les métiers de l'édition de logiciels en revanche sont principalement exercés au sein d'organisations commerciales de plus grande taille (pour exemple, 77 % des acteurs de l'édition de jeux électroniques ou 89 % des acteurs de l'édition de logiciels applicatifs exercent leur activité au sein d'organisations commerciales). Cette observation est à rapprocher du fait que ces activités de l'édition de logiciels sont organisées en filière internationalisée et que ces acteurs exercent fréquemment leur activité au sein de filiales de grands groupes.

### ***Une logique hybride : le domaine de l'audiovisuel***

Au regard des deux logiques évoquées précédemment, le domaine de l'audiovisuel semble s'inscrire dans une logique économique et organisationnelle hybride. Si la logique commerciale est prépondérante puisque 37,5 % des acteurs de ce domaine exercent leur activité au sein d'organisations commerciales et 26,7 % au sein de micro-organisations, on observe toutefois que 35,5 % des acteurs de ce domaine exercent leur activité au sein d'organisations de l'ESS, essentiellement au sein d'organisations associatives. La spécificité de ce domaine (déjà évoquée dans la première partie de ce diagnostic) transparaît une fois de plus à travers ces résultats.

Si l'on prend en compte la spécialisation par cœur de métier des acteurs de ce domaine, on constate là encore des nuances intéressantes. Ainsi, certains métiers présentent une part importante des organisations de l'ESS au sein de leurs effectifs tels que l'édition et la diffusion de programmes

radiophoniques (83 %), l'édition de chaînes thématiques (50 %), la production de films pour le cinéma (47 %), et la projection de films cinématographiques (56,5 %). En comparaison, les activités de commercialisation des produits audiovisuels sont majoritairement exercées au sein d'organisations commerciales (62,5 % des acteurs du commerce de détail et 77,8 % des acteurs de la location). Enfin, certains



métiers recouvrent une majorité de micro-organisations, tels ceux de l'édition et de la distribution de vidéos (45,7 %) ou encore de la postproduction de films cinématographiques, vidéos ou programmes télévisuels (46,7 %).

## ANNEXES : CADRAGE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE DU DIAGNOSTIC TERRITORIAL STRATÉGIQUE

Ce diagnostic stratégique a pour objectif de cartographier les acteurs de la filière d'activité des arts, de la culture et de la créativité du territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence. Pour ce faire, il mobilise deux concepts : la chaîne de valeur territoriale et les facteurs de contingence. Sur la base d'analyses quantitatives et spatiales il permet la caractérisation des acteurs de la filière.

Les annexes suivantes viennent compléter le diagnostic territorial stratégique de la métropole Aix-Marseille Provence en présentant les définitions des deux concepts mobilisés ainsi que le protocole méthodologique déployé.

## ANNEXE 1 : LE CONCEPT DE CHAÎNE DE VALEUR TERRITORIALE : POUR UNE REPRESENTATION SPATIALE ET CONCEPTUELLE DES ACTEURS DE LA FILIÈRE

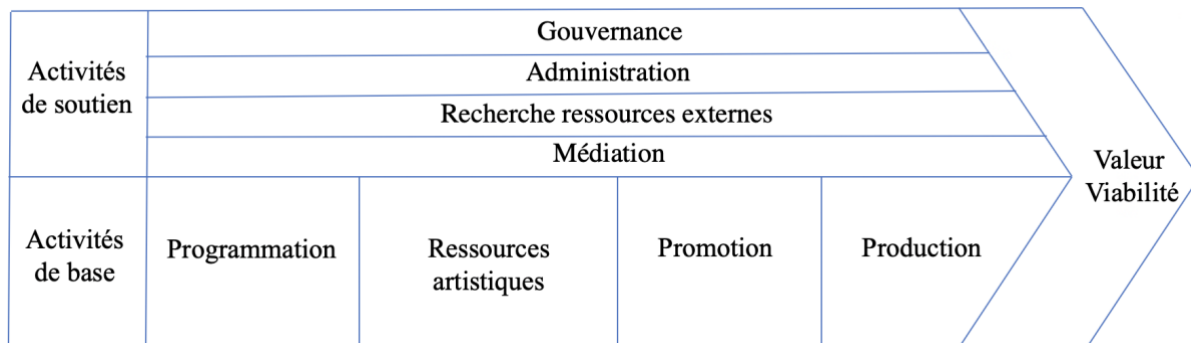
L'analyse de la chaîne de valeur a pour objectif d'identifier des fonctions et maillons qui permettent à une organisation de créer de la valeur, et *in fine* d'identifier où elle peut avoir un avantage sur ses concurrents en se dotant d'un domaine d'activité stratégique (Porter, 1986).

Ce concept a subi des déclinaisons en fonction des objets de recherche, afin de prendre en compte leur contingence à l'image des chaînes de valeur globale (Gereffi *et al.*, 2005), des chaînes de valeur éclatée (Acquier *et al.*, 2011), ou encore de la chaîne de valeur des organisations artistiques, culturelles et créatives, comme l'illustre l'encadré suivant.

### ENCADRÉ - CHAÎNE DE VALEUR DES ARTS, DE LA CULTURE ET DE LA CRÉATIVITÉ

Nous sollicitons la chaîne de valeur des organisations culturelles que propose Preece en 2005. Bien qu'elle soit adaptée principalement à l'activité d'équipements artistiques culturels ou créatifs, elle permet d'illustrer la diversité des fonctions et des maillons qui composent les organisations artistiques, culturelles et créatives. Pour ce faire, Preece propose une version contextualisée de la chaîne de valeur de Porter (1983).

**Figure 6. La chaîne de valeur des organisations artistiques, culturelles et créatives**



Source : Adapté de Preece (2005)

L'auteur distingue quatre activités de base : la programmation, le personnel, la promotion et la production.

La programmation est l'essence des organisations artistiques, culturelles et créatives. Ici se sont les directeurs artistiques et programmeurs qui se chargent de la sélection des ressources artistiques. Puis, il y a la fonction ressources artistiques. Ensuite, nous avons la promotion qui vise à définir une stratégie marketing et de communication autour de la programmation. Enfin, il y a la production qui est en charge des éléments techniques liés à la production du contenu artistique (Preece, 2005).



Preece (2005) ajoute également quatre activités supports : la gouvernance, l'administration, la collecte de fonds et les activités de médiation.

La première activité support est la gouvernance. Elle regroupe le *top management*, représenté par un couple au leadership bicéphale : directeur artistique et directeur administratif (De Vogt, 2006 ; Reid, Auger, 2014). Puis, la fonction administration regroupe les traditionnelles fonctions du management, à l'exception des fonctions marketing et communication, qui sont comme nous l'avons vu précédemment une activité primaire. Ensuite, il y a les activités de recherche de ressources extérieures comme le mécénat, les subventions et ou encore les bénévoles. Enfin, la dernière activité support est la médiation. Il s'agit des actions qui permettent de faire accéder à un large public, plus ou moins éloignés, au contenu artistique. Il peut s'agir des interventions en milieu scolaire.

C'est la coordination entre ces différents maillons qui génère à la fois de la valeur et permet d'assurer la viabilité du projet culturel dans le but de pérenniser l'organisation (Preece, 2005). Ces spécificités appellent là encore à un management contextualisé (Evrard et Colbert, 2010 ; Preece, 2005).

Source : Arezki (2019 : 44-45)

Ces différentes approches de la chaîne de valeur montre qu'elle peut et se doit, d'être adaptée au contexte de la recherche et s'inscrit donc bien dans une perspective contingente et environnementaliste.

A ce titre, ce STD ne vise pas à interroger la structuration interne des organisations de la filière, mais bien leur place sur un chaîne territorialisée. Il s'agit donc de territorialiser le concept de chaîne de valeur.

A ce titre, nous sollicitons la chaîne de valeur territoriale, comme cadre d'analyse.

Pour en préciser la définition, nous nous reportons aux travaux relatifs à l'ancrage territorial d'une filière socio-économique de musiques actuelles sur le territoire du Pays d'Aix (Soldo et al., 2015). Ces derniers évoquent le fait que « *le développement d'un système territorial créatif est lié à sa capacité à se renouveler et à maintenir l'originalité de ses produits* » (Soldo et Kosiansky 2013 : 9). Dans cette approche, la production et l'offre culturelles ne sont pas perçues comme des centres de profit, mais s'intègrent dans une nouvelle chaîne de valeur de nature postindustrielle (Sacco et Pedrini 2003) : de par leur esthétique et leur contenu symbolique, les productions culturelles représentent une « valeur » essentielle pour le système local concerné (Soldo et al. 2015, p.10). La chaîne de valeur territoriale telle que conçue ici décrit donc la gamme complète des activités à valeur ajoutée, nécessaires pour conduire un produit ou un service à travers les différentes phases de production ainsi que la satisfaction de la demande du consommateur final (Kaplinsky et Morris 2002). L'objet est alors de questionner les caractéristiques d'une telle chaîne de valeur au sein d'une filière territorialisée, en catégorisant ses acteurs et en les caractérisant.

Selon l'Insee, « la filière désigne couramment l'ensemble des activités complémentaires qui concourent, d'amont en aval, à la réalisation d'un produit fini ». Le concept de filière territorialisée permet donc d'identifier les relations entre différents opérateurs, en amont et en aval de la chaîne

de valeur et ne se cantonne donc plus uniquement à la description des différentes opérations permettant de passer d'une matière première à un produit final. « La notion de filière doit dès lors tenir compte des coopérations transversales, des synergies, des logiques de coopération, etc. afin de mieux appréhender la complexité du monde » (Bidet-Mayer et Toubal 2013 : 2). La filière est donc constituée de « l'ensemble des stades du processus de production qui conduit des matières premières à la satisfaction du besoin final du consommateur, que ce besoin final s'adresse d'ailleurs à un bien matériel (type alimentation, logement etc..) ou à un service (type transport-communications, santé, loisir) » (Stoffaès 1980 : 86). Chaque acteur intervient alors de manière localisée dans cette filière qui « se polarise depuis un amont de conception et de production jusqu'à un aval de diffusion et d'appropriation » (Henry 2009 : 2).

Source : Soldo et al., 2015, p.11

Il s'agit alors d'identifier et différencier les groupes d'acteurs qui ont une activité de base de ceux qui ont une activité de soutien (Van Der Yeught, 2016). En ce sens, cette grille d'analyse permet d'expliquer l'importance des acteurs et de les positionner dans la chaîne de valeur.

A ce stade, le concept de chaîne de valeur territoriale nous permet alors de répondre aux deux premières questions de l'identification des acteurs (Qui sont-ils ? Où sont-ils ?). Néanmoins, elle ne nous permet pas d'en préciser l'ensemble des caractéristiques. Nous proposons alors de faire appel au concept complémentaire de facteur de contingence.

## ANNEXE 2 : LES FACTEURS DE CONTINGENCE DES ORGANISATIONS DE LA FILIÈRE ICC

Découlant de la théorie de la contingence, les facteurs de contingence, ou de « contexte » (Zintz, Vaillau, 2008 : 20) ont pour objectif « de mieux prendre en compte la complexité des phénomènes » (Chauvet, Chollet, 2010 : 90). « Il s'agit de variables qui décrivent un phénomène et qui permettent d'en analyser son contexte » (Arezki, 2019 : 59).

La littérature permet de retenir deux principales utilisations des facteurs de contingence. Dans une posture déterministe, ils servent à comprendre comment l'organisation fit avec son environnement (Miles, 2012 ; Jaffee, 2001 ; Fry, Smith, 1987 ; Pfeffer, 1982 ; Luthans, Stewart, 1977).

Dans une seconde perspective, les facteurs de contingence permettent de décrire et contextualiser des objets de recherche (Lizzaralde et al., 2011 ; Pfeffer, 1997). Nous mobilisons cette seconde approche, notre objectif est alors de dégager des facteurs de contingence permettant de donner des caractéristiques des acteurs de la chaîne de valeur territoriale de la filière d'activités des arts, de la culture et de la création. En ce sens, nous rejetons les modèles universalistes, le ceteris paribus et admettons « l'idée que toute chose n'est pas égale par ailleurs » (Arezki, 2019 : 58).

Chiapello (1996) propose une restitution des principaux facteurs de contingence identifiés dans la littérature. Ils sont synthétisés dans le tableau suivant.

**TABLEAU 2. LES PRINCIPAUX FACTEURS DE CONTINGENCE**

<b>Auteur</b>	<b>Facteur de contingence</b>
<b>Perrow (1967, 1970)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variété des tâches (plus ou moins grand nombre de situations)</li> <li>- Caractère analysable ou non de la tâche.</li> <li>- Caractéristiques des outputs (qualité, innovation, fiabilité, etc.)</li> <li>- Caractéristiques des objectifs (croissance, stabilité, risques, focalisation ou non sur le profit)</li> </ul>
<b>Merchant (1982) Ouchi (1977)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacité à mesurer les résultats</li> <li>- Connaissance du processus de transformation</li> </ul>
<b>Hofstede (1981)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambiguïté des objectifs</li> <li>- Caractère mesurable des outputs</li> <li>- Connaissance du processus de transformation</li> <li>- Répétitivité de l'activité</li> </ul>
<b>Ouchi (1980)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambiguïté de la transaction</li> </ul>
<b>Karpik (1989)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incertitude sur la qualité du bien <i>a priori</i></li> </ul>
<b>Burns et Stalker (1961)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instabilité de l'environnement (taux de changement dans la technologie et le marché)</li> </ul>
<b>Child (1984)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intensité de la demande pour les produits (tension compétitive)</li> <li>- Position des employés sur le marché du travail (plus ou moins forte)</li> <li>- Expertise et qualification du personnel</li> <li>- Variabilité de l'environnement (imprévisibilité)</li> <li>- Complexité de la technologie</li> <li>- Caractère mesurable des outputs</li> <li>- Connaissance des processus de transformation</li> <li>- Taille de l'organisation</li> </ul>
<b>Mintzberg (1982,1990)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Âge de l'organisation</li> <li>- Taille de l'organisation</li> <li>- Complexité des tâches</li> <li>- instabilité de l'environnement</li> <li>- Types d'output attendus (standard VS innovant).</li> </ul>

Source : Chiapello (1996 : 63)

Notons néanmoins, que les recherches peuvent également proposer leur propre facteur de contingence afin de s'adapter à l'objet de la recherche (à l'image de la recherche de Martinet et Reynaud, 2004, sur la responsabilité sociale des entreprises) ou au terrain de la recherche (à l'image de la recherche d'Alberti, 2001, sur les districts industriels).

A ce titre, Arezki (2019) propose une liste d'exemples de facteurs « non traditionnels » qu'ont mobilisé des auteurs dans le cadre de recherches empiriques. Il propose de les classer en suivant trois axes : extra-organisationnel, inter-organisationnel (pour les réseaux territoriaux d'organisations) et organisationnel.

**TABLEAU 3. EXEMPLES DE FACTEURS DE CONTINGENCE NON-TRADITIONNELS**

Type de facteurs	Facteur	Auteur
<b>Extra organisationnel</b>	Acteurs publics locaux	Defélix <i>et al.</i> (2013)
	Culture nationale	Biétry, Creusier (2016)
	État du marché du travail	Charbonnier-Voirin, Vignolles (2015)
	Influence des parties prenantes	Zintz, Vaillieu (2008)
	Politiques publiques	Defélix <i>et al.</i> (2013)
	Pressions du marché	Uzan <i>et al.</i> (2017)
	Secteur d'activité	Palpacuer <i>et al.</i> (2010) ; Boquet, Mothe (2008)
<b>Inter organisationnel (RTO)</b>	Comportement des membres (ex : individualisme)	Boquet, Mothe (2008) ; Alberti (2001)
	Cycle de vie du RTO	Boquet, Mothe (2008)
	Disponibilité des ressources	Alberti (2001)
	Existence ou non d'une tradition de coopération	Colle <i>et al.</i> (2008)
	Philosophie de la gouvernance du RTO	Colle <i>et al.</i> (2008)
	Structure du RTO	Alberti (2001)
	Taille des entreprises adhérentes	Colle <i>et al.</i> (2008) ; Alberti (2001)
<b>Organisationnel</b>	Climat social	Sebti, Nasr (2015)
	Intensité stratégique de l'innovation	Fernez-Walch (2006)
	Phase de l'innovation : initiation ou implémentation	Damanpour (1996)
	Présence d'équipe virtuelle	Defélix <i>et al.</i> (2013)
	Statut juridique	Palpacuer <i>et al.</i> (2010) ; Damanpour (1996)
	Territoire d'implantation et territoire d'action (échelle locale, nationale et/ou internationale)	Biétry, Creusier (2016) ; Grillat, (2011) ; Palpacuer <i>et al.</i> (2010) ; Hernandez, Kamdem (2007) ; Jausaud, Schaaper (2007) ; Scouarnec, Silva (2006) ; Fouda (2004)
	Type d'innovation (administrative ou technologique ; produit ou procédé ; radical ou incrémental)	Damanpour (1996)
	Type de structure organisationnelle	Sebti, Nasr (2015)

Source : Arezki (2019 : 69)

Appliquée au cadre de la filière des arts, de la culture et de la créativité et plus particulièrement aux organisations festivières, l'approche des facteurs de contingence a été retenue dans les travaux d'Arezki (2019) . Sur la base d'une comparaison entre quatre festivals présentant des similarités (comme le statut juridique) et des disparités (comme la discipline artistique), il propose une liste de facteurs de contingence regroupés au sein de « méta-facteurs » : identitaire ; économique ; territorial ; temporel ; organisationnel et téléologique.

Arezki, (2019, pp. 352-353) explique que ces facteurs de contingence permettent de (1) comprendre le contexte des organisations en identifiant leurs caractéristiques et (2) fournissent des critères d'échantillonnage pour les études empiriques. Ce STD se place dans la même ligne de conduite. Il reprend la démarche générale de l'auteur mais l'adapte au regard des spécificités de la filière culturelle et créative sur le territoire d'Aix-Marseille Provence.

## ANNEXE 3 : PROTOCOLE DE RECHERCHE : ANALYSE QUANTITATIVE ET ANALYSE SPATIALE D'UNE BASE DE DONNÉES DES ACTEURS DE LA FILIÈRE ICC DE LA METROPOLE D'AIX MARSEILLE

Afin de pouvoir identifier les acteurs de la filière, nous souhaitons avoir une collecte systématique des données. En ce sens, le protocole présenté dans le draft méthodologique initial a subi de légères modifications, et plus particulièrement des améliorations, dans le but d'être le plus exhaustif possible.

Le processus de création de la base de données du mapping se décompose en deux grandes étapes. La première vise à identifier, collecter et corriger les données et la seconde à formater les données.

### *Étape 1. Identification des sources, collecte et correction des données*

Plusieurs sources de données secondaires officielles sont venues alimenter la base de données : Nous avons utilisé principalement le registre numérique Infogreffe qui recense tout type d'organisation dès lors qu'elles ont déclaré leur activité au registre du commerce. Dans la mesure où certaines informations n'étaient pas complètes (exemple la date de création de la structure), nous avons en complément utilisé les données des registres numériques suivants :

- l'Atlas Culturel de la région PACA (produit par l'Agence Régionale du Spectacle Vivant : ARCADE),
- l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques,
- Monumentum (registre de recensement des données relatives aux monuments historiques),
- le Journal Officiel (registre de recensement des données relatives aux associations),
- Société.com (registre de recensement des données relatives aux entreprises),
- BFM business (registre de recensement des données relatives aux entreprises),
- des requêtes sur des moteurs de recherche (type google).

Néanmoins, la source principale reste Infogreffe en réalisant des extractions de différents codes NAF des activités artistiques, culturelles et créatives pour chaque ville du territoire métropolitain.

*« La NAF, Nomenclature d'Activités Française, est une nomenclature des activités économiques productives, principalement élaborée pour faciliter l'organisation de l'information économique et sociale. Afin de faciliter les comparaisons internationales, elle a la même structure que la nomenclature d'activités européenne NACE, elle-même dérivée de la nomenclature internationale CITI. »<sup>14</sup> (Source INSEE)*

Plus particulièrement, nous avons débuté la constitution de la base de données du mapping avec une liste de 34 codes NAF répartis au sein de 9 domaines principaux d'activités. Au fil de nos recherches, notre expertise du champ culturel et de sa métamorphose, nous a amenés à enrichir cette nomenclature en nous référant à une définition extensive de la filière culturelle et créative.

---

<sup>14</sup> <https://www.insee.fr/fr/information/2406147>

Nous avons donc recensé les acteurs du territoire métropolitain d'Aix-Marseille Provence, dès lors que leur activité relevait de l'un des 12 domaines suivants (cf. tableau ci-dessous), au sein desquels sont déclinés 51 codes NAF (cf. annexe 4. Présentation des codes NAF retenus au sein du mapping). 23 433 acteurs culturels et créatifs ont ainsi été recensés au total.

**TABLEAU 4. PRINCIPAUX DOMAINES D'ACTIVITE DES ACTEURS CULTURELS ET CREATIFS DU TERRITOIRE D'AIX-MARSEILLE PROVENCE METROPOLE**

<b>Domaine principal d'activité</b>	<b>Description des acteurs</b>
<b>Domaines d'activités considérées comme « culturelles »</b>	
Administration de la politique culturelle	Acteurs communaux, intercommunaux, départementaux, régionaux et nationaux
Enseignement culturel spécialisé	Acteurs en charge de l'enseignement artistique et de l'enseignement spécialisé dans le soutien aux activités créatives
Patrimoine	Acteurs relevant de la gestion et de la valorisation de sites ou monuments historiques, bibliothèques, archives ou de musées
Architecture	Acteurs relevant du champ de l'architecture
Arts visuels	Acteurs relevant des arts plastiques, du design, de la photographie ou d'autres activités de création artistique
Livre	Acteurs relevant de la création, l'édition, la production et la diffusion de livres
Presse	Acteurs relevant de la création, l'édition, la production et la diffusion de journaux, revues ou périodiques
Spectacle vivant	Acteurs relevant de la création, la production et la diffusion d'œuvre du spectacle vivant
Audiovisuel	Acteurs relevant de l'édition, la production et la diffusion de contenus musicaux, radiophoniques, cinématographiques ou télévisuels
<b>Domaines d'activités considérées comme « indirectement culturelles » - sphère créative ou de loisirs</b>	
Numérique <sup>15</sup>	Acteurs relevant de la création, l'édition, la diffusion et l'actualisation de contenus numériques, notamment jeux-vidéos et autres contenus dématérialisés
Publicité <sup>16</sup>	Acteurs relevant de la publicité, les relations publiques et la communication
Autres <sup>17</sup>	Domaine transversal recouvrant des entités multi-activités offrant des activités multiples, directement culturelles ou indirectement culturelles et associées à d'autres activités connexes, récréatives et de loisir, festives, événementielles, sociales, environnementales, de participation citoyenne

Source : Auteurs

Ainsi, sur l'ensemble des 12 domaines principaux identifiés, 9 d'entre eux regroupent des acteurs dont les activités sont essentiellement orientées vers l'offre de biens ou de services considérés comme artistiques et culturels. Les 3 derniers, regroupent des acteurs dont les activités sont orientées vers l'offre de biens ou de services en lien avec les activités créatives (numérique et publicité) ou récréatives et de loisirs (autres). Au sein de ces 3 domaines, les activités artistiques ou

<sup>15</sup> Il est à noter qu'au sein du domaine « numérique », les acteurs recensés ne relèvent pas tous directement de la sphère artistique ou culturelle, mais sont en lien avec les activités des industries créatives

<sup>16</sup> Il est à noter qu'au sein du domaine « publicité », les acteurs recensés ne relèvent pas tous directement de la sphère artistique ou culturelle, mais sont en lien avec les activités des industries créatives

<sup>17</sup> Il est à noter qu'au sein du domaine « autres », les acteurs recensés ne relèvent pas tous directement de la sphère artistique ou culturelle, mais sont en lien avec les activités récréatives et de loisirs



culturelles ne constituent pas nécessairement le cœur de métier central des acteurs recensés, mais souvent un métier secondaire.

L'objectif de cette extension de nomenclature était de nous rapprocher au plus près de la réalité de la filière des arts, de la culture et de la créativité, en y intégrant les acteurs supports qui vont venir en soutien à la chaîne de valeur, mais également en intégrant les nouvelles industries créatives à l'image du numérique. Nous sommes alors en concordance avec le cadre théorique de cette recherche et notamment avec la prise en compte de la constante métamorphose de la morphologie de la filière.

Si le tableau suivant propose un panorama des NAF collectés, l'annexe 4 propose une présentation détaillée des domaines et des codes finaux, afin d'illustrer les types d'organisations enregistrées dans la base de données.

**TABLEAU 5. PRESENTATION SYNTHETIQUE DES EXTRACTIONS NAF**

DOMAINE	CODE NAF	DETAIL DE LA NAF
ADMINISTRATION	ADMIN_CULT_84.12Z	Administration publiques (tutelle) de la culture
ARCHITECTURE	ARCHI_AA_71.11Z	Activités d'architecture [ARCHI]
	ARCHI_AASE_82.99Z	Autres activités de soutien aux entreprises n.c.a. [ARCHI] - ajout non correspondant à la NAF mais activité en lien sectoriel
ARTS	ART_ACA_90.03B	Autre création artistique [ART]
	ART_AP_74.20Z	Activités photographiques [ART]
	ART_ASD_74.10Z	Activités spécialisées de design [ART]
	ART_CAAP_90.03A	Création artistique relevant des arts plastiques [ART]
AUTRES	AU_AO_94.99Z	Autre organisations (volontariat-association) [AU]
	AU_AARL_93.29Z	Autres activités récréatives et de loisirs [AU]
	AU_APAPT_93.21Z	Activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes [AU]
AUDIOVISUEL	AV_CEMVMS_47.63Z	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé [AV]
	AV_DFC_59.13A	Distribution de films cinématographiques [AV]
	AV_ECG_60.20A	Édition de chaînes généralistes [AV]
	AV_ECT_60.20B	Édition de chaînes thématiques [AV]
	AV_EDPR_60.10Z	Édition et diffusion de programmes radio [AV]
	AV_EDV_59.13B	Édition et distribution de vidéos [AV]
	AV_ESEM_59.20Z	Enregistrement sonore et édition musicale [AV]
	AV_LVD_77.22Z	Location de vidéocassettes et disques vidéo [AV]
	AV_PFC_59.11C	Production de films pour le cinéma [AV]
	AV_PPIP_59.11B	Production de films institutionnels et publicitaires [AV]
	AV_PFT_59.11A	Production de films et de programmes pour la télévision [AV]
	AV_PJFC_59.14Z	Projection de films cinématographiques [AV]
	AV_PP_59.12Z	Postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision [AV]
AV_MI_25.62B	Mécanique industrielle [AV] - ajout non correspondant à la NAF mais activité en lien sectoriel	
ENSEIGNEMENT	EC_85.52Z	Enseignement culturel [*] [EC]
LIVRES	LIV_CDLMS_47.61Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé [LIV]
	LIV_EL_58.11Z	Édition de livres [LIV]
	LIV_TI_74.30Z	Traduction et interprétation [LIV]
	LIV_AAE_58.19Z	Autres activités d'édition [LIV] - notamment en lien avec le numérique
NUMERIQUE	NUM_EJE_58.21Z	Édition de jeux électroniques [NUM]
	NUM_ELSR_58.29A	Édition de logiciels système et de réseau [NUM] - ajout de cette NAF car numérique (toutes les structures recensées ne relèvent pas de la culture directement mais lien indirect = industries créatives)

DOMAINE	CODE NAF	DETAIL DE LA NAF
	NUM_ELA_58.29C	Edition de logiciels applicatifs [NUM] - ajout de cette NAF car numérique (toutes les structures recensées ne relèvent pas de la culture directement mais lien indirect = industries créatives)
	NUM_ELDL_58.29B	Edition de logiciels outils de développement et de langages [NUM] - ajout de cette NAF car numérique (toutes les structures recensées ne relèvent pas de la culture directement mais lien indirect = industries créatives)
	NUM_ERFA_58.12Z	Édition de répertoires et de fichiers d'adresses [NUM] - ajout de cette NAF car numérique (toutes les structures recensées ne relèvent pas de la culture directement mais lien indirect = industries créatives)
	NUM_PI_62.01Z	Programmation Informatique [NUM] - ajout de cette NAF car numérique (toutes les structures recensées ne relèvent pas de la culture directement mais lien indirect = industries créatives)
	NUM_CSLI_62.02A	Conseil en systèmes et logiciels informatiques [NUM] - ajout de cette NAF car numérique (toutes les structures recensées ne relèvent pas de la culture directement mais lien indirect = industries créatives)
	NUM_TMSAI_62.02B	Tierce maintenance de systèmes et d'applications informatiques [NUM] - ajout de cette NAF car numérique (toutes les structures recensées ne relèvent pas de la culture directement mais lien indirect = industries créatives)
	NUM_GII_62.03Z	Gestion d'installations informatiques [NUM] - ajout de cette NAF car numérique (toutes les structures recensées ne relèvent pas de la culture directement mais lien indirect = industries créatives)
	NUM_AAI_62.09Z	Autres activités informatiques [NUM] - ajout de cette NAF car numérique (toutes les structures recensées ne relèvent pas de la culture directement mais lien indirect = industries créatives)
PATRIMOINE	PAT_BA_91.01Z	Gestion des bibliothèques et des archives [PAT]
	PAT_M_91.02Z	Gestion des musées [PAT]
	PAT_MH_91.03Z	Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires [PAT]
PRESSE	PR_AAP_63.91Z	Activités des agences de presse [PR]
	PR_CDJPS_47.62Z	Commerce de détail de journaux et papeterie spécialisé [PR]
	PR_EJ_58.13Z	Édition de journaux [PR]
	PR_ERP_58.14Z	Edition de revues et périodiques [PR]
PUBLICITE	PUB_73.11Z	Activités des agences de publicité [PUB]
	PUB_RPC_70.21Z	Conseil en relations publiques et communication [PUB] - ajout non correspondant à la NAF mais en lien sectoriel
SPECTACLE VIVANT	SV_ASSV_90.02Z	Activités de soutien au spectacle vivant [SV]
	SV_ASV_90.01Z	Arts du spectacle vivant [SV]
	SV_GSS_90.04Z	Gestion de salles de spectacles [SV]

Source : Auteurs

### Étape 2. Formatage des données

Nous avons opté pour des données pour lesquelles nous pouvions avoir le maximum d'informations. Ainsi, huit premiers filtres ont été créés afin de répondre à quatre questions principales. Le tableau ci-dessous synthétise ces filtres.

## TABLEAU 5. PRÉSENTATION DES DONNÉES

Qui est-elle ?	Nom de la structure Domaine principal d'activité Code NAF
Où se trouve-t-elle ?	Commune du siège de la structure Code Postal Le territoire (localisation de la structure recensée selon le découpage administratif de la métropole par conseil de territoire)
Quel âge a-t-elle ?	Date de création Ancienneté : 7 classes d'âge Moins de 10 ans 10 à 20 ans 20 à 30 ans 30 à 40 ans 40 à 50 ans 50 à 100 ans Plus de 100 ans
Quelle est son statut juridique ?	Regroupement de 68 statuts juridiques (cf. tableau ci-dessous), autour de quatre statuts finaux qui illustre les grands archétypes juridiques des différentes formes possibles d'organisations (entreprises commerciales, entreprises de l'ESS, entreprises publiques, micro-entreprises).

Source : Auteurs

L'encadré suivant liste les 68 statuts juridiques initiaux.

**TABLEAU 6. STATUTS JURIDIQUES DES ACTEURS CULTURELS ET CRÉATIFS DU TERRITOIRE  
MÉTROPOLITAIN D'AIX-MARSEILLE PROVENCE**

<b>Statuts des acteurs recensés</b>	<b>Nombre d'acteurs recensés</b>
<b>Micro-organisations</b>	<b>12425</b>
(Autre) Personne Physique	3541
Architecte	1
Artisan	733
Artisan-commerçant	5
Associé-gérant de société	6
Commerçant	37
Entrepreneur individuel	2533
Entrepreneur individuel à responsabilité limitée	12
Entreprise en nom commercial	1
Entreprise en nom personnel	667
Exploitant agricole	8
Profession libérale	4867
Société d'exercice libéral à responsabilité limitée	11
Société d'exercice libéral à responsabilité limitée à associé unique	2
Société d'exercice libéral par action simplifiée	1
<b>Organisations commerciales</b>	<b>5291</b>
(Autre) groupement de droit privé non doté de la personnalité morale	6
Autre personne morale de droit privé	1
Exploitation agricole à responsabilité limitée	1
Groupement d'intérêt économique	9
Holding – Filiale	1
Indivision entre personnes physiques	2
Société à responsabilité limitée	1963
Société à responsabilité limitée à associé unique	859
Société à responsabilité limitée à capital variable	9
Société à responsabilité limitée de presse	1
Société à responsabilité limitée unipersonnelle	2
Société anonyme	33
Société anonyme à conseil d'administration	4
Société anonyme à directoire et conseil de surveillance	4
Société civile	11
Société civile de moyens	1
Société civile d'exploitation agricole	1
Société civile immobilière	2
Société civile professionnelle	9
Société créée de fait entre personnes physiques	21

Société en commandite simple	1
Société en nom collectif	54
Société en participation entre personnes physiques	1
Société par action à conseil d'administration - Etablissement secondaire	1
Société par action simplifiée	1241
Société par action simplifiée à associé unique	1
Société par action simplifiée - Etablissement secondaire	1
Société par action simplifiée à associé unique	1048
Société par action simplifiée à associé unique et capital variable	1
Société par action simplifiée à capital variable	2
<b>Organisations de l'ESS</b>	<b>5046</b>
Association 1901	5012
Association non déclarée	1
Fondation	3
Société coopérative d'intérêt collectif à forme anonyme à capital variable	1
Société coopérative d'intérêt collectif à responsabilité limitée à capital variable	1
Société coopérative d'intérêt collectif par action simplifiée à capital variable	1
Société coopérative ouvrière de production à forme anonyme	1
Société coopérative ouvrière de production à responsabilité limitée	12
Société coopérative ouvrière de production à responsabilité limitée à capital variable	14
<b>Organisations publiques</b>	<b>671</b>
Autre personne morale de droit privé	1
Collectivité territoriale Commune	7
Collectivité territoriale Département	1
Collectivité territoriale Métropole	1
Collectivité territoriale Région	1
Etablissement Public Administratif	166
Equipement Communal	111
Etablissement public à caractère industriel et commercial	7
Etablissement public de coopération culturelle	8
Etablissement Public National à caractère administratif	1
Monument Historique	364
Service déconcentré de l'Etat à compétence (inter) régionale	1
Société anonyme d'économie mixte	1
Société publique locale d'aménagement à forme anonyme	1
<b>Total général</b>	<b>23433</b>

Source : Auteurs

### ***Étape 3. Analyse descriptive : approche quantitative et spatiale***

En concordance avec la stratégie de recherche, nous avons privilégié une analyse exploratoire de la base de données.

Pour ce faire, nous avons procédé à des analyses descriptives avec le calcul de moyennes, de fréquences.

Afin d'approfondir l'analyse, et de ne pas rester sur une analyse superficielle, nous avons également effectué différents tris croisés entre nos différentes variables afin d'identifier des potentiels liens et regroupements.

Nous avons aussi réalisé une analyse spatiale descriptive (Audric *et al.*, 2008) visant à identifier la localisation des différentes filières d'activités sur une carte.

## ANNEXE 4 : CLASSIFICATION DES EXTRACTIONS NAF (NAF REV. 2) PAR GRANDS SECTEURS ECONOMIQUES (SOURCE - INSEE)

<b>Industrie (Industries manufacturières, extractives et autres)</b>				
Industrie manufacturière				
25				Fabrication de produits métalliques, à l'exception des machines et des équipements
	25.6			Traitement et revêtement des métaux ; usinage
		25.62		Usinage
			25.62B	Mécanique industrielle

<b>Commerce, transport, hébergement et restauration<sup>18</sup></b>				
Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles				
47				Commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles
	47.6			Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé
		47.61		Commerce de détail de livres en magasin spécialisé
			47.61Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé
		47.62		Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
			47.62Z	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
		47.63		Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé
			47.63Z	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé

<b>Services</b>				
Information et communication - (Services mixtes / Services aux personnes majoritairement)				
58				Edition
	58.1			Edition de livres et périodiques et autres activités d'édition
		58.11		Edition de livres
			58.11Z	Edition de livres
		58.12		Edition de répertoires et de fichiers d'adresses
			58.12Z	Edition de répertoires et de fichiers d'adresses
		58.13		Edition de journaux
			58.13Z	Edition de journaux
		58.14		Edition de revues et périodiques
			58.14Z	Edition de revues et périodiques
		58.19		Autres activités d'édition
			58.19Z	Autres activités d'édition
	58.2			Edition de logiciels
		58.21		Edition de jeux électroniques
			58.21Z	Edition de jeux électroniques
		58.29		Edition d'autres logiciels
			58.29A	Edition de logiciels système et de réseau
			58.29B	Edition de logiciels outils de développement et de langages

<sup>18</sup> Hébergement et restauration font partie des services mixtes dans les statistiques françaises au même titre que l'information-communication et les activités immobilières.



			58.29C	Edition de logiciels applicatifs
--	--	--	--------	----------------------------------

<b>Services</b>				
Information et communication – Services mixtes / Services aux personnes				
59				Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale
	59.1			Activités cinématographiques, vidéo et de télévision
		59.11		Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
			59.11A	Production de films et de programmes pour la télévision
			59.11B	Production de films institutionnels et publicitaires
			59.11C	Production de films pour le cinéma
		59.12		Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
			59.12Z	Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
		59.13		Distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision
			59.13A	Distribution de films cinématographiques
			59.13B	Edition et distribution vidéo
		59.14		Projection de films cinématographiques
			59.14Z	Projection de films cinématographiques
	59.2			Enregistrement sonore et édition musicale
		59.20		Enregistrement sonore et édition musicale
			59.20Z	Enregistrement sonore et édition musicale

<b>Services</b>				
Information et communication – Services mixtes / Services aux personnes				
60				Programmation et diffusion
	60.1			Édition et diffusion de programmes radio
		60.10		Édition et diffusion de programmes radio
			60.10Z	Édition et diffusion de programmes radio
	60.2			Programmation de télévision et télédiffusion
		60.20		Programmation de télévision et télédiffusion
			60.20A	Edition de chaînes généralistes
			60.20B	Edition de chaînes thématiques

<b>Services</b>				
Information et communication - (Services mixtes / Services aux entreprises majoritairement)				
62				Programmation, conseil et autres activités informatiques
	62.0			Programmation, conseil et autres activités informatiques
		62.01		Programmation informatique
			62.01Z	Programmation informatique
		62.02		Conseil informatique
			62.02A	Conseil en systèmes et logiciels informatiques
			62.02B	Tierce maintenance de systèmes et d'applications informatiques
		62.03		Gestion d'installations informatiques
			62.03Z	Gestion d'installations informatiques
		62.09		Autres services informatiques
			62.09Z	Autres services informatiques

<b>Services</b>				
Information et communication – Services mixtes / Services aux entreprises				
63				Services d'information
	63.9			Autres services d'information
		63.91		Services des agences de presse
			63.91Z	Services des agences de presse

<b>Services</b>				
Activités spécialisées, scientifiques et techniques et activités de services administratifs et de soutien – (Services mixtes / Services aux entreprises majoritairement)				
70				Activités des sièges sociaux ; conseil de gestion
	70.2			Conseil de gestion
		70.21		Conseil en relations publiques et communication
			70.21Z	Conseil en relations publiques et communication
71				Activités d'architecture et d'ingénierie ; activités de contrôle et analyses techniques
	71.1			Activités d'architecture et d'ingénierie
		71.11		Activités d'architecture
			71.11Z	Activités d'architecture
73				Publicité et études de marché
	73.1			Publicité
		73.11		Activités des agences de publicité
			73.11Z	Activités des agences de publicité
74				Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques
	74.1			Activités spécialisées de design
		74.10		Activités spécialisées de design
			74.10Z	Activités spécialisées de design
	74.2			Activités photographiques
		74.20		Activités photographiques
			74.20Z	Activités photographiques
	74.3			Traduction et interprétation
		74.30		Traduction et interprétation
			74.30Z	Traduction et interprétation
77				Activités de location et location-bail
	77.2			Location et location-bail de biens personnels et domestiques
		77.22		Location de vidéocassettes et disques vidéo
			77.22Z	Location de vidéocassettes et disques vidéo
82				Activités administratives et autres activités de soutien aux entreprises
	82.9			Activités de soutien aux entreprises n.c.a
		82.99		Autres activités de soutien aux entreprises n.c.a.
			82.99Z	Autres activités de soutien aux entreprises n.c.a.

<b>Services</b>				
Administration publique, enseignement, santé humaine et action sociale – Services non marchands / Services aux personnes				
84				Administration publique et défense ; sécurité sociale obligatoire
	84.1			Administration générale, économique et sociale
		84.12		Administration publique (tutelle) de la santé, de la formation, de la culture et des services sociaux, autre que sécurité sociale
			84.12Z	Administration publique (tutelle) de la santé, de la formation, de la culture et des services sociaux, autre que sécurité sociale

85				Enseignement
	85.5			Autres activités d'enseignement
		85.52		Enseignement culturel
			85.52Z	Enseignement culturel

<b>Services</b>				
Autres activités de services				
Arts, spectacles et activités récréatives – Services non marchands / Services aux personnes				
90				Activités créatives, artistiques et de spectacle
	90.0			Activités créatives, artistiques et de spectacle
		90.01		Arts du spectacle vivant
			90.01Z	Arts du spectacle vivant
		90.02		Activités de soutien au spectacle vivant
			90.02Z	Activités de soutien au spectacle vivant
		90.03		Création artistique
			90.03A	Création artistique relevant des arts plastiques
			90.03B	Autre création artistiques
		90.04		Gestion de salles de spectacles
			90.04Z	Gestion de salles de spectacles
91				Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles
	91.0			Bibliothèques, archives, musées et autres activités Culturelles
		91.01		Gestion des bibliothèques et des archives
			91.01Z	Gestion des bibliothèques et des archives
		91.02		Gestion des musées
			91.02Z	Gestion des musées
93				Activités sportives, récréatives et de loisirs
	93.2			Activités récréatives et de loisirs
		93.21		Activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes
			93.21Z	Activités des parcs d'attractions et parcs à thèmes
		93.29		Autres services récréatifs et de loisirs
			93.29Z	Autres services récréatifs et de loisirs
94				Activités des organisations associatives
	94.9			Activités des autres organisations associatives
		94.99		Activités des organisations associatives n.c.a.
			94.99Z	Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire

## ANNEXE 5 : DÉFINITION DES GRANDS SECTEURS ECONOMIQUES À PARTIR DES EXTRACTIONS NAF (SOURCE - INSEE)

Secteurs économiques	Définition INSEE
<b>Industrie (Industries manufacturière, extractive et autres)</b>	Relèvent de l'industrie les activités économiques qui combinent des facteurs de production (installations, approvisionnements, travail, savoir) pour produire des biens matériels destinés au marché. Une distinction est établie entre l'industrie manufacturière et les industries extractives.
Industrie manufacturière	Elle correspond à la transformation physique ou chimique de matériaux, substances ou composants en nouveaux produits. Le produit résultant d'une opération de transformation peut être fini, c'est-à-dire qu'il est prêt à être utilisé ou consommé ou il peut être semi-fini, c'est-à-dire qu'il entre dans la composition d'une autre fabrication.
<b>Services</b>	<p>Une activité de services se caractérise essentiellement par la mise à disposition d'une prestation technique ou intellectuelle. À la différence d'une activité industrielle, elle ne peut pas être décrite par les seules caractéristiques d'un bien tangible acquis par le client. Son produit final est immatériel, il n'est ni stockable, ni transportable. Compris dans leur sens le plus large, les services ou activités tertiaires regroupent un vaste champ d'activités : commerce, transports, activités financières, immobilières, services aux entreprises, services aux particuliers, éducation, santé, action sociale.</p> <p><b>IMP : Dans la pratique statistique française, les activités de services n'incluent ni transports, ni commerce. Elles regroupent les services aux entreprises, les services aux particuliers, les services mixtes (hôtellerie-restauration, activités immobilières, information-communication) et les services principalement non marchands.</b></p>
<b>Commerce, transport, hébergement et restauration<sup>19</sup></b>	<p>Le commerce regroupe les unités statistiques (entreprises, unité légales ou établissements) dont l'activité principale consiste à revendre des marchandises achetées à des tiers, sans les transformer.</p> <p>Le transport de marchandises et de voyageurs comprend tout mouvement de marchandises et personnes à bord d'un mode de transport quel qu'il soit (ferroviaire, routier, fluvial, maritime, aérien ...).</p> <p>L'hébergement de touristes comprend les hôtels, campings, hébergements en meublés de courte durée, résidences de tourisme, centres de villégiatures, centres de vacances pour enfants et adolescents, auberges de jeunesse et refuges...</p> <p>Les différents segments de la restauration commerciale sont la restauration traditionnelle, la restauration rapide, les débits de boissons, les cafétérias et les traiteurs.</p>
Commerce ; réparation d'automobiles et de motocycles	Sont compris le commerce de gros et de détail (vente sans transformation) de tout type de marchandises et la prestation de services liés à la vente de marchandises. Le commerce de gros et le commerce de détail sont les étapes finales de la distribution de marchandises. La réparation de véhicules automobiles et de motocycles est également comprise.
<b>Services aux personnes</b>	Ils se caractérisent par la mise à disposition d'une prestation technique ou intellectuelle principalement à destination des particuliers (ou ménages), même si certains d'entre eux concernent également les entreprises.
<b>Services aux entreprises</b>	Ils regroupent globalement les activités scientifiques et techniques les services administratifs et de soutien. Les activités scientifiques et techniques requièrent un niveau de formation élevé et apportent aux utilisateurs des connaissances et compétences spécialisées, contrairement aux services administratifs et de soutien, qui n'ont pas pour objectif premier le transfert de connaissances spécialisées.

<sup>19</sup> Hébergement et restauration font partie des services mixtes dans les statistiques françaises au même titre que l'information-communication et les activités immobilières.

<p><b>Services non marchands</b></p>	<p>On considère qu'une unité rend des services non marchands lorsqu'elle les fournit gratuitement ou à des prix qui ne sont pas économiquement significatifs. Ces activités de services se rencontrent dans les domaines de l'éducation, de la santé, de l'action sociale et de l'administration.</p>
<p>Information et communication - (Services mixtes / Services aux personnes majoritairement)</p>	<p>Devant l'essor des technologies de l'information et de la communication, la nouvelle nomenclature mise en place en 2008 (Nomenclature d'Activités Française 2ème révision ou NAF rév.2) crée une nouvelle catégorie de services relative à l'information et à la communication (production, distribution, traitement et transmission de l'information et des produits culturels). Elle regroupe l'édition littéraire, l'édition musicale, l'édition de logiciels, les activités audio-visuelles, les services de télécommunications, les services informatiques et les activités liées à l'internet. Les activités relatives à l'information et à la communication sont considérées comme des services mixtes, puisqu'elles s'adressent aux entreprises comme aux particuliers.</p>
<p>Activités spécialisées, scientifiques et techniques et activités de services administratifs et de soutien - (Services mixtes / Services aux entreprises majoritairement)</p>	<p>Ces activités requièrent un niveau de formation élevé et apportent aux utilisateurs des connaissances et compétences spécialisées. Elles comprennent : le conseil et l'assistance à des entreprises et autres organisations sur des questions de gestion ; la prestation de services d'architecture, d'ingénierie, d'établissement de plans, d'inspection de bâtiments, d'arpentage et de cartographie ; la création de campagnes publicitaires et la diffusion de la publicité ainsi créée dans les périodiques et journaux, à la radio et à la télévision ou dans d'autres médias, ainsi que la conception de structures et de sites d'affichage ; la prestation de services spécialisés, scientifiques et techniques (à l'exclusion des activités juridiques et comptables, des activités d'architecture et d'ingénierie, des activités de contrôle et analyses techniques, des activités de gestion et conseil de gestion, de la recherche-développement et des activités publicitaires) ; la location et la location-bail à des clients d'actifs corporels ou incorporels non financiers, dont un vaste éventail de biens corporels tels que les automobiles, les ordinateurs, les biens de consommation et les machines et le matériel d'usage industriel, en contrepartie de paiements périodiques ; la prestation d'un ensemble de services administratifs de bureau quotidiens, ainsi que de fonctions de soutien courantes et continues.</p>



**CHAIRE  
ORGANISATIONS  
& TERRITOIRES**

Arts • Culture • Création

**PUBLICATION - OCTOBRE 2023**