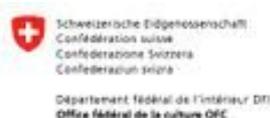


Rapport Atelier Economie Créative Numérique du 7 Février 2014

Etat des besoins ressentis par les jeunes créatifs et entrepreneurs.



Une initiative rendue possible grâce au soutien de



prohelvetia



TABLES DE MATIERES

1 INTRODUCTION ET CONTEXTE	3
1.1 Message culture fédéral 2016 - 2019	3
2 TABLE RONDE ET ETUDES DE CAS	5
2.1 Apelab, Emilie Tappolet	5
2.2 Studio preorder & soldout, Alexandra Burdin	6
3 ENJEUX DE L'ECONOMIE CREATIVE NUMERIQUE	7
3.1 Création de structures pour réalisation de projets	7
3.2 Compétences des créateurs et entrepreneurs	8
3.3 Questions de financement	9
3.4 Les structures de soutien	10
4 ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX	11
4.1 Sondage	11
4.2 Premières pistes de solutions	12
5 RECOMMANDATIONS ET ETAPES SUIVANTES	14
6 ANNEXES	15
6.1 Liste des participants à l'atelier du 7 février 2014	15
6.2 Equipe d'organisation de l'atelier	16
6.3 Sondage	16

1 Introduction et contexte

L'atelier "économie créative numérique" est une initiative conjointe entre Pro Helvetia, l'Office Fédéral de la Culture OFC, la Ville de Genève et Lift, qui a eu lieu le 7 février à la conférence Lift, avec le but de **mettre en avant les besoins des jeunes créateurs et entrepreneurs dans ce domaine.**

Par cette initiative nous souhaitons approfondir des premières discussions qui ont eu lieu en 2012 et 2013 dans une série d'événements initiés par Pro Helvetia sur les enjeux des « creative industries » et une table ronde organisée conjointement avec la Haute Ecole d'Art et de Design et Lift à Genève, dans le cadre de la semaine de l'entrepreneuriat.

Un des objectifs principaux de l'atelier était de laisser ces jeunes acteurs donner un retour d'expérience par rapport à leur écosystème, les différents outils de soutiens (bourses culturelles, incubateurs, programmes de soutien) et d'exprimer leurs besoins et visions pour un soutien multilatéral adapté à l'économie créative numérique. Nous avons documenté les retombées de l'atelier dans ce rapport public, afin qu'il puisse servir non seulement de base de discussion, mais également d'outil de mobilisation et d'information concernant les processus politiques en cours dans ce domaine.

1.1 Message culture fédéral 2016 - 2019

L'atelier en question se situe dans un contexte politique d'actualité, celui du prochain message culture fédéral, qui définit la stratégie pour la culture de la Confédération. Pour le message culture fédéral précédent un montant de 669,5 millions de francs avait été engagé.

« Le Conseil fédéral ouvrira la consultation sur le deuxième message culture vraisemblablement au début de juin 2014. Le deuxième message culture définira la politique culturelle de la Confédération pour les années 2016 à 2019 et demandera au Parlement les crédits nécessaires à la mise en œuvre de cette politique. La consultation durera probablement jusqu'à la mi-septembre 2014. Le Conseil fédéral transmettra ensuite le projet au Parlement, d'ici à la fin de 2014, pour délibération et prise de décision. »¹

Des propositions pour le message culture ont été soumises par Pro Helvetia et l'OFC, qui y intègrent le domaine de la « creative industry ». Par l'initiative de l'atelier économie créative numérique Lift souhaite sensibiliser et mobiliser les acteurs dans ce domaine,

¹ Source: site web de l'OFC www.bak.admin.ch/themen/04135/index.html?lang=fr

afin d'appuyer l'importance de l'intégration des « creative industries » dans la stratégie culturelle de la Confédération.

L'atelier du 7 février a ainsi offert une première plateforme de rencontre entre une trentaine d'entrepreneurs, créatifs et acteurs de la promotion culturelle et économique, provenant de la région lémanique, ainsi que de Berne, Bâle, Lyon et Paris.



Ouverture de l'atelier par Murielle Perritaz, membre de la direction de Pro Helvetia et Sami Kanaan, conseiller administratif de la Ville de Genève.

Pourquoi la nécessité d'une plateforme de discussions liée aux enjeux de l'économie créative numérique ?

Par sa nature, l'économie créative numérique nous force tous à repenser les outils de soutiens existants et les interfaces et synergies potentielles entre les acteurs culturels et économiques. En effet, dans ce secteur les acteurs se trouvent souvent à cheval entre le monde culturel et économique.

Pendant la journée économie créative numérique à Lift, les participants ont été invités à mener une réflexion sur la situation actuelle et ses défis, ainsi qu'à développer conjointement des idées et mesures concrètes pour promouvoir ce secteur en pleine croissance.

En documentant les retombées dans un rapport publié après l'évènement, nous souhaitons élargir la discussion à d'autres acteurs. En faisant circuler le rapport sur le blog et les réseaux sociaux de Lift nous voulons encourager un maximum de jeunes créateurs et entrepreneurs à se prononcer sur leurs besoins en participant à la discussion et le sondage qui accompagne ce rapport, afin de nous permettre d'évaluer les premiers défis et pistes de solutions relevées.

2 Table ronde et études de cas

2.1 Apelab, Emilie Tappolet



Forme d'organisation: Société à responsabilité limitée (sàrl)

Equipe: Emilie Tappolet (co-fondatrice), Sylvain Joly (Co-fondateur) et Maria Beltran

Date de création: Janvier 2014
www.apelab.ch

Offre et services

Apelab est un studio suisse au croisement entre les nouvelles technologies, le jeu vidéo et la narration. Il explore le potentiel narratif des nouveaux médias en proposant des expériences utilisant les nouveaux outils d'interaction.

Projet phares

- IDNA (Narration spatiale)
- Mimicry (Tableaux interactifs)
- Eccentric Club (Jeu urbain avec la Maison d'Ailleurs)
- Les filles du roi lear (scénographie interactive pour le théâtre)

Soutiens perçus, prix

Lauréat AHEAD design incubator 2013, bourses du fond cantonal d'art contemporain (pour la R&D d'Apelab), Grand prix Imaginove (pour IDNA) et prix SACD (pour IDNA) et Prix UFE (pour Eccentric Club).

Défis principaux : Trouver un investisseur pour réaliser le prototype du projet de narration interactive.

2

² Entre temps Apelab a lancé une campagne de crowdfunding sur Kickstarter
www.kickstarter.com/projects/495381328/idna-spatial-storytelling

2.2 Studio preorder & soldout, Alexandra Burdin



Forme d'organisation:

Collective d'indépendants

Equipe: Alexandre Burdin & Mathias Zieba

Date de création: fin 2012
facebook.com/preorderetsoldout

Offre et services: preorder&soldout est un studio de scénographie interactive alliant graphisme et systèmes des nouveaux médias en vue d'interventions spatiales. L'ambition du Studio est de mêler deux univers : celui du luxe et plus particulièrement de la haute horlogerie avec celui des effets numériques liés au milieu du spectacle.

Projet phares: Scénographie Grand Prix de l'Horlogerie 2013, Vitrine RJ-Romain Jerome Baselworld 2013

Soutiens perçus, prix: Lauréat AHEAD design incubator 2012

Défis principaux: stratégie commerciale, développer une base de clients qui permette de passer à plein temps sur le studio et de le transformer en Sarl.

3 Enjeux de l'économie créative numérique

Après l'introduction à l'atelier et la table-ronde avec les deux jeunes entrepreneurs mentionnés ci-dessus pour mettre en avant des premiers défis ressentis par ces jeunes créatifs, les participants ont été invités à partager leurs points de vue dans un exercice d'idéation. Celui-ci visait à décrire et à discuter les enjeux de l'économie créative numérique.

Il s'agissait pour chacun de proposer des limites ou difficultés, de son propre point de vue : entrepreneurs, enseignant, directeur d'école, responsable de structure de soutien à l'innovation, incubateurs, etc.

Au-delà d'une simple succession de problèmes, l'analyse des idées produites et des débats qu'elles ont occasionné a fait ressortir plusieurs enjeux et controverses ressentis par les participants de l'atelier. En premier lieu, du fait de la transition entre la table-ronde et cette activité d'idéation, les participants ont relevé des problèmes concrets. Ceux-ci sont proches des questionnements classiquement rencontrés par les jeunes entrepreneurs pour la réalisation de leurs projets et la création de leur structure.

3.1 Création de structures pour réalisation de projets

- Quelles démarches entreprendre pour créer son entreprise ? Quelle structure juridique et quel statut (indépendant, Société en nom propre, Sàrl, SA, etc.) ?
- Comment penser son Business Model ?
- Problème de « l'industrialisation » : passage de l'idée au prototype, de l'esquisse à la commercialisation.
- Comment se construire un réseau de personnes (networking) ?
- Comment trouver les bonnes personnes, le personnel sur le marché ?
- Faut-il (et comment) protéger ses idées ?
- Comment promouvoir son projet efficacement ?
- Comment articuler temps de l'action (urgence) et temps de réflexion ?

Un second ensemble d'enjeux décrit par les participants a concerné la thématique suivante :

3.2 Compétences des créateurs et entrepreneurs

Le fait d'inclure une logique commerciale au projet créatif fait ressortir pour certains participants le manque de formation à l'entrepreneuriat pour les designers et les artistes. Ce sujet a donné lieu à un débat sur trois aspects :

- Le fait que des formations dans ce domaine apparaissent de manière croissante dans les écoles d'art et de design (de façon symétrique des formations en design dans les écoles de commerce). Ce qui tendrait à pallier à cette limite.
- Le « moment » pertinent pour ces formations : avec une opposition entre des personnes en faveur d'une formation après les études (et conserver un espace de liberté au sein de celles-ci) ou pendant.
- Le bien-fondé de trop vouloir pousser les jeunes entrepreneurs à formaliser leurs intentions (business plan à 3 ans, choisir entre service et production, etc.) ou à laisser une certaine souplesse plus en phase avec la complexité de l'économie actuelle.

Dans les débats, cet enjeu de compétences ne s'est pas limité aux entrepreneurs puisque « l'environnement extérieur » a été identifié comme parfois difficile. En particulier du fait des éléments suivants :

- Un manque de prise de risques de la part des sociétés en Suisse (clients, donneurs d'ordres, investisseurs).
- **Une lacune dans la compréhension de la contribution du design pour créer de la valeur** (« Quelle différence avec un ingénieur ? », « Quelle différence avec une start-up technologique ? ») et de l'art numérique, ou des termes employés (« Serious Games », « Transmedia », « User experience »).

Ce problème entraîne une difficulté dans la recherche de clients (« Comment leur faire comprendre ce que l'on fait ? »). **Les jeunes entrepreneurs ressentent un décalage entre l'environnement international qui perçoit la qualité de leurs projets et la sphère locale qui en comprend moins la valeur directe.**

Certains relèvent le peu de communication entre les écoles dites techniques et artistiques, et le manque de relais ou compréhension des enjeux du design par acteurs (financement) locaux ou internationaux.

- **Un manque de synergies entre acteurs créatifs et économiques** : Les structures de soutien à la culture ou à l'économie agissent de façon non coordonnées et sans lien du fait de leur appartenance à des dicastères indépendants.

Ces points permettent de constater la nécessité d'une meilleure formation des créatifs et de son environnement, afin de le rendre favorable à cette économie.

Le dernier élément mentionné ci-avant renvoie à la troisième catégorie d'enjeux discutés durant cet atelier :

3.3 Questions de financement

Les points suivants sont apparus pertinents aux participants :

- Quels moyens pour soutenir la création non-technologique ? Comment qualifier la valeur ajoutée du design dans la création ?
- Faut-il sortir de la logique de mécénat envers les artistes pour passer dans une notion de co-production ?
- Pour les artistes et designers les projets les plus intéressants ne sont parfois pas les plus rentables économiquement. Difficile de trouver un terrain d'entente avec des investisseurs.
- Un décalage de moyens entre des logiques à moyen-terme existantes et l'absence de moyens pour le soutien à plus long-terme.

- Une disparité de moyens entre ceux existant pour la création et/ou la production.



Enfin, le dernier thème de discussion a concerné :

3.4 Les structures de soutien

Les sujets de discussions portaient notamment sur les incubateurs, accélérateurs, fab labs et autres plateformes de rencontres.

Si les participants ont relevé l'amélioration de la situation par rapport au passé, plusieurs difficultés sont apparues :

- Le manque de concertation et de collaboration entre ces structures, les écoles et des dispositifs innovants de financement (des plateformes de « crowd-funding » comme wemakeit.ch).
- Certains relèvent également le mille-feuille complexe entre structures municipales, cantonales, aides fédérales, la multiplicité des concours ou des événements, etc. Ce problème se traduit aussi par la difficulté de créer des liens entre incubateurs et investisseurs.
- D'un point de vue pratique, designers et artistes relèvent la durée trop courte des soutiens des incubateurs (18 mois pour AHEAD à Genève) et leur nombre limité. Ils mentionnent aussi l'accès limité pour artistes et designers à des lieux de prototypage de type fab lab.

- Certains relatent aussi la nécessité d'avoir accès à des coachs plus appropriés, plus en phase avec l'économie actuelle.



4 Enseignements principaux

4.1 Sondage

Les enjeux relevés pendant l'atelier du 7 février permettent d'élaborer des premières pistes de solutions comme bases de discussions. Celles-ci sont ancrées dans notre connaissance de l'écosystème d'innovation numérique en Suisse.

Nous avons par ailleurs créé un sondage rapide de cinq minutes pour tester ces premières hypothèses et nous vous serions très reconnaissants si vous pouviez évaluer leur pertinence en fonction de votre expérience : <http://goo.gl/UD11xP>

4.2 Premières pistes de solutions

No.	Défi	Proposition de solution
1	* Besoins de sensibilisation des clients potentiels par rapport aux opportunités offertes par l'économie créative numérique	* Sensibiliser et former sociétés par rapport à leur rôle de facilitateurs envers l'écosystème d'innovation
2	* Manque de prise de risque par sociétés suisses	* Définir une organisation chargée de sensibilisation aux enjeux et opportunités
3	* Manque de compréhension des entreprises suisses face à la contribution du design pour créer de la valeur	liées aux cultures numériques dans les entreprises et organisations publiques
4	* Difficulté de penser sa valeur ajoutée et/ou son business model	* Formules de business model plus simplifiées et visuelles, qui permettent d'être actualisées régulièrement et facilement (comme par ex. le business model canvas ³)
5	* Créer un réseau de personnes (clients potentiels et network général)	* Proposer des formats spécifiques pour des plateformes de rencontre avec moments de match-making (comme le font déjà des événements tels que XMediaLab, Lift Conférence ou Game Connection)
6	* Manque de synergies et coordination entre acteurs de soutien dans la culture et l'économie (les acteurs de l'économie créative se retrouvent à cheval entre les deux)	* Programmes de soutiens conjoints entre acteurs du secteur culturel et économique, adaptés à l'économie créative
7	* Manque de communication et synergies entre écoles dites techniques, artistiques et business	* Inclure la nécessité de former des collaborations interdisciplinaires dans les critères d'attribution de programmes de soutiens (comme le fait par ex. le programme « Sciences et design » de la

³ <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas>

		fondation Gebert Rűf)
8	* Manque de financements dans la phase prototypage, « proof of concept »	* Financement pour le « transfert créatif » (analogue au « transfert technologique, pour lequel existe beaucoup de soutiens par la fondation Gebert Rűf, le Fond National Suisse, la CTI, etc.)
9	* Mille-feuille complexe entre structures municipales, cantonales, aides fédérales, multiplicité de concours	* Guide « Acteurs �conomie créative numérique » en Suisse, en lien avec les actions réalisées par les acteurs plus standards soutenant l'entrepreneuriat
10	* Manque de considération des besoins des jeunes entrepreneurs et designers dans le policy-making / décisions politiques	* Sondage et analyse de besoins approfondis auprès d'une cible représentative des acteurs de l'économie créative numérique, afin de proposer des outils de soutien adaptés
11	* Manque de liens entre incubateurs et investisseurs	* Accompagner les entrepreneurs à réussir leur sortie de l'incubateur dans la prochaine phase de leur parcours d'entrepreneurs, par exemple les aider à trouver des locaux à loyers accessibles ou leur fournir des conseil pour la gestion du cashflow « post-incubateur », etc. * Organiser des rencontres avec les investisseurs dans les incubateurs concernés à différentes étapes de l'évolution des projets.
12	* Coaches non appropriés ou trop éloignés de l'économie créative numérique (manque d'expérience ou de contacts pertinents)	* Pour éviter le syndrome coach professionnel, un programme de mentorat souple avec des entrepreneurs établis dans le même domaine d'activité (comme le fait le programme XMLab, mais avec une continuité tout au long de l'année et une proximité géographique)

5 Recommandations et étapes suivantes

- Validation et évaluation des hypothèses par les participants de l'atelier via le sondage. Ensuite partage des résultats et intégration dans ce rapport (Lift, fin mars)
- Elargissement de la discussion auprès d'une cible plus large de créateurs et entrepreneurs de l'économie créative numérique grâce à une petite campagne de communication sur les réseaux sociaux via la plateforme Lift, avec le partage du sondage et publication du rapport (Lift, fin Mars)
- Partage des résultats du sondage avec l'OFC, Pro Helvetia et la Ville de Genève et prise de décision sur la communication commune à adopter par rapport aux résultats. (Lift, mi-Avril)

Projets optionnels :

- Organisation d'un rendez-vous de suivi avec les participants présents à l'atelier du 7 février, en incluant éventuellement plus de participants de toute la Suisse pour faire une « analyse SWOT » des résultats du sondage (intégration dans une future édition du « Think Tank Economy + Culture » organisée par Pro Helvetia ?)
- Création d'un répertoire économie créative numérique, participatif et partagé, sur une plateforme en ligne, afin d'offrir un panorama des soutiens et mesures en Suisse (villes, canton, Confédération (Pro Helvetia, SECO, OFC, etc.), Hautes Ecoles et fondations).

6 Annexes

6.1 Liste des participants à l'atelier du 7 février 2014

Organisation	Nom	Position
Alp ICT - Western Switzerland ICT Hub	Didier Mesnier	Executive Officer
Apelab	Emilie Tappolet	Designer, fondateur
Bread and Butter	Laurent Bolli	Fondateur
Bright Lab (previously Electronic Arts, Ubisoft)	Erinrose Sullivan	Fondatrice
Fablab Genève	Romain Chappet	Fondateur
fabric.ch	Patrick Keller	Fondateur
Flux Laboratory	Cynthia Odier	Directrice
Fondation AHEAD, incubateur design	Christian Pirker	Membre du conseil de fondation
Fonds cantonal d'art contemporain	Diane Daval Beran	Directrice
Haute Ecole d'Art et de Design	Daniel Sciboz	Responsable Media Design
Le Temps	Mehdi Atami	Journaliste
Lift / Near Future Laboratory / HEAD	Nicolas Nova	Co-fondateur
Lift	Sylvie Reinhard	Directrice
MerkApt, Paris/Marseille	Philippe Méda	Fondateur
Musée de communication Berne, Bureau Culturel Bâle, Iart interactive	Christian Rohner	Curateur / membre du conseil de fondation
OFC	Sarah Schwerzmann	Collaboratrice scientifique
OFC	Martine Chalverat	Digital Culture Program Coordinator
Pro Helvetia	Georg Bleikolm	Coordinateur programmes
Pro Helvetia	Michel Vust	Chargé du projet mobile
Pro Helvetia	Murielle Perritaz	Cheffe secteur programmes, membre de la direction
Promotion Economique de Genève	Juliette Zurmühle	Responsable événements et communication
Restons sérieux	Gavrilo Bozovic	Fondateur
SigmaSix	Florian Pittet	Fondateur
Studio Preorder&Sellout	Mathias Zieba	Designer, fondateur
Studio Preorder&Sellout	Alexandre Burdin	Designer, fondateur
Transmii	Baptiste Milési	Fondateur



Ville de Genève, département de la culture et du sport	Elvita Alvarez	Conseillère personnelle
Ville de Genève, département de la culture et du sport	Sami Kanaan	Conseiller administratif
Wemakeit.ch	Sophie Ballmer	Responsable Suisse Romande
Imaginove, Lyon	David Gal-Regniez	Chef de projet Innovation
Haute Ecole d'Art et de Design	Jean-Pierre Greff	Directeur
Various companies	David Brown	Board member, mentor to VC/Angel funded startups

6.2 Equipe d'organisation de l'atelier

Concept, modération et rapport

Sylvie Reinhard, directrice Lift

Nicolas Nova, co-fondateur de Lift et du Near Future Laboratory, professeur HEAD

Magaly Mathys, project manager Lift

Photos

Ivo Näpflin, Lucerne

Illustrations

Hélène Pouille, Paris

6.3 Sondage

Copy-paste du sondage en-ligne : <http://goo.gl/UD11xP>

Défis et solutions pour l'économie créative numérique

Suite à l'enquête découlant de l'atelier sur l'économie créative numérique organisée le 7 février dernier, nous vous remercions de prendre 5 minutes de votre temps pour classer par ordre d'importance les propositions suivantes.

Les défis de l'économie créative numérique



Veillez classer par ordre d'importance les défis suivants auxquels les entrepreneurs de l'économie créative numérique doivent faire face selon votre expérience.

Besoins de sensibilisation des clients potentiels par rapport aux opportunités offertes par l'économie créative numérique

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Manque de prise de risque par les sociétés suisses

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Manque de compréhension des entreprises suisse face à la contribution du design pour créer de la valeur

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Difficulté de penser sa valeur ajoutée et/ou son business model

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Créer un réseau de personnes (clients potentiels et network général)

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Manque de synergies et coordination entre acteurs de soutien dans la culture et l'économie Les acteurs de l'économie créative se retrouvent à cheval entre les deux

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Manque de communication et de synergies entre écoles dites techniques, artistiques et business

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Manque de financements dans la phase prototypage, « proof of concept »

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Mille-feuille complexe entre structures municipales, cantonales, aides fédérales, et multiplicité de concours

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Formules de business model plus simplifiées et visuelles, qui permettent d'être actualisées régulièrement et facilement

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Accompagner les entrepreneurs à réussir leur sortie de l'incubateur dans la prochaine phase de leur parcours d'entrepreneurs par exemple par des recommandations de locaux à loyers accessibles ou des soutiens au niveau de la gestion du cashflow "post-incubateur" etc.

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Proposer des formats spécifiques pour des plateformes de rencontres avec des moments de match-making

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Programmes de soutiens conjoints entre acteurs du secteur culturel et économique, adaptés à l'économie créative

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Inclure la nécessité de former des collaborations interdisciplinaires dans les critères d'attribution de programmes de soutiens

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel

Avez-vous des premières idées d'acteurs de soutien dans le secteur culturel et économique qui pourraient collaborer ?

Sondage et analyse de besoins approfondis auprès d'une cible représentative des acteurs de l'économie créative numérique, afin de proposer des outils de soutien adaptés

1 2 3 4 5

Aucune importance Essentiel



Financement pour le « transfert créatif » de découvertes vers l'industrie et les entreprises
Analogie au financement du "transfert technologique" tout au début de la chaîne de création d'entreprises, déjà largement soutenu aujourd'hui

1 2 3 4 5

Aucune importance

Essentiel

Guide « Acteurs économie créative numérique » en Suisse, en lien avec les actions réalisées par les acteurs plus standards soutenant l'entrepreneuriat

1 2 3 4 5

Aucune importance

Essentiel

Qui pourrait se charger de créer ce guide ?

Avez-vous d'autres idées de solutions non mentionnées ci-dessus?

Prioritisation de solutions

Merci de choisir ***TROIS*** solutions qui vous semblent les plus prioritaires parmi les propositions suivantes:***Required**

- Organisation chargée de sensibilisation opportunités cultures numériques / "préparation clients potentiels"
- Système patronage entrepreneurs actifs dans le même domaine
- Business models plus simplifiés et visuels
- Accompagnement post-incubateur
- Plateformes de promotion et match-making
- Programmes soutien conjoints entre acteurs culturels et numériques
- Critères collaboration interdisciplinaire pour programmes de soutiens
- Sondage approfondi besoins acteurs économie créative numérique
- Financement "transfert créatif" / prototypes
- Guide "acteurs économie créative numérique" en Suisse

Ça y est... presque !

Merci d'indiquer votre secteur d'activité ***Required**

- Entrepreneur, créateur
- Organisme de soutien dans le secteur culturel ou économique
- Formation
- Other:

Adresse e-mail Merci d'indiquer votre adresse e-mail si vous souhaitez être informé des résultats de ce sondage.