

L'incubateur culturel Creatis a pris son envol à Bruxelles

■ Quatorze start-up ont intégré le premier incubateur belge spécialisé dans la culture.

Il s'agit d'une première en Belgique : la création, à Bruxelles, d'un incubateur pour des entrepreneurs culturels. Le 14 décembre dernier, un coin du voile avait été levé sur ce projet innovant piloté par l'incubateur français Creatis (lire ci-contre), ING Belgique et la plateforme de financement participatif KissKissBankBank. Hier, l'incubateur logé dans le centre d'art d'ING, place Royale, a été officiellement inauguré en présence de Didier Reynders (en charge des matières culturelles fédérales) et des quatorze premières start-up sélectionnées pour intégrer Creatis Bruxelles.

La simple annonce du projet avait suscité un vif engouement. *"Plus d'une centaine de dossiers de candidatures ont été téléchargés, explique Edouard Meier, directeur de Creatis Belgique. Sur la trentaine de candidatures effectives, un jury a sélectionné 14 projets."* Début février, ces "jeunes pousses" liées à l'industrie culturelle et créative ont pris possession d'un espace de 240 m². Moyennant un loyer modéré de 270 euros par poste de travail, ces entrepreneurs disposent d'une année pour faire mûrir leur projet.

Complémentarités multiples

Si on parle d'incubateur, c'est en raison de la mise à la disposition, des start-up, de tout un éventail de services. Le dispositif vise en effet à accompagner et à accélérer le développement des projets. *"On veut qu'il soit le plus flexible possible. Les formations et masterclass seront organisées en fonction des besoins de chaque projet"*, précise M. Meier. Une fois par mois, chaque équipe fera le point avec un des mentors issus du management d'ING.

Sur le plan financier, outre les con-

seils d'ING, les start-up bénéficieront de l'apport du fonds d'investissement public St'art Invest et de la plateforme européenne KissKissBankBank (qui a déjà accompagné le financement de plus de 800 projets créatifs). On notera aussi l'arrivée d'un partenaire de poids, dans le projet Creatis, puisqu'il s'agit de Google. *"Ils apporteront un soutien technologique. Google prévoit aussi d'organiser des événements"*, glisse, laconiquement, Edouard Meier.

L'identité des start-up retenues par Creatis témoigne du souci de créer une complémentarité entre projets. Il est ainsi question de design, de mode, de réalité virtuelle, de bande dessinée... La complémentarité est aussi de mise quant à l'état d'avancement des projets. On y retrouve des start-up déjà très avancées (comme Delitoon qui, sur la base d'un concept en vogue en Corée du Sud, réinvente la lecture de BD sur smartphones) et des projets encore au tout début de leur aventure (à l'image de Walden, concepteur de design d'intérieur durable). Complémentarité, encore, entre des projets (très) locaux et d'autres à l'envergure plus internationale.

Bruxelles est tendance

On remarquera que plusieurs des start-up sont portées par de jeunes entrepreneurs français. Une présence qui peut surprendre quand on sait que la France regorge d'incubateurs. *"Les Belges ne se rendent pas compte de la créativité qui règne dans leur pays! On a eu un coup de cœur pour Bruxelles"*, nous dit Lucie Jacquemet, responsable du projet Divercities (qui s'est lancé, voici un mois, à Marseille et Paris). Même son de cloche auprès de Didier Borg, éditeur français qui vit à Bruxelles depuis cinq ans et y a fondé Delitoon : *"Je sens, ici, une énergie du possible. Les choses sont beaucoup moins complexes qu'ailleurs."*

Pierre-François Lovens

L'identité
des start-up
témoigne
du souci
de créer une
complémentarité
entre projets.
Il est question
de design, de mode,
de réalité virtuelle,
de bande dessinée...

14

lauréats

Le jury de Creatis Belgique a sélectionné quatorze projets pour intégrer l'incubateur pour douze mois : Airplane Mode, BeMuseum, Big Boy Systems, Delitoon, Divercities, FOMO, FTRSND, Museomix, Nationa (a) l, Poolpio, Poppositions, Stéphanie Anspach, DogsStudio/Superbe/Kikk et Walden.

2012

Naissance de Creatis à Paris

Soutenu par la Ville de Paris, la Région Ile-de-France et la Banque publique d'investissement (BPI), Creatis est une plateforme créée en 2012 pour

soutenir l'entrepreneuriat et l'innovation dans les champs de la culture et des industries créatives. Son implantation à Bruxelles est une première à l'étranger. Creatis ambitionne de devenir une plateforme européenne.

2

Premières réussites

Deux lauréats de Creatis Bruxelles connaissent déjà de beaux développements. Delitoon, qui propose des contenus BD sur smartphones, vient ainsi de conclure un partenariat d'envergure avec la messagerie chinoise Weibo. Quant à la start-up Divercities, elle enchaîne les "ouvertures" : après Marseille, Paris, Lyon, Saint-Etienne et Bruxelles, l'application vise Bristol, Berlin et Barcelone.

“Les argentiers riaient, le monde culturel criait au loup”

Alain Lorfèvre
à Paris

Le modèle Creatis, désormais implanté à Bruxelles, est né en France du constat qu'il était difficile pour les entreprises culturelles de se faire financer. *“Le modèle économique de la culture est lié essentiellement aux subsides publics. Il est difficile de se faire financer par des banques, par exemple”*, note Steven Hearn, fondateur de Creatis. La Belgique est, peu ou prou, dans la même situation. D'où l'idée de créer un fonds d'investissement pour les entreprises culturelles: *“Les argentiers riaient, le monde culturel criait au loup.”* Et pourtant: la culture, sa création et sa diffusion génèrent une véritable activité économique, tout en étant un élément d'identité fort.

En cinq ans, Creatis a permis à une centaine d'entreprises de développer leur projet culturel. Quelque trois cents emplois ont été créés. Le “taux de survie” – c'est-à-dire le taux de projets volant de leurs propres ailes après leur incubation au sein de Creatis – est de 80 %.

La notion d'entreprise culturelle est large. Creatis soutient, et a soutenu, des (nouveaux) médias, des prestataires de service culturel ou des structures comme SMart – la coopérative belge des artistes qui s'est implantée en France en 2009. Mais il y a aussi de vrais projets artistiques, comme Cabaret Contemporain, un projet destiné à faire se rencontrer danse classique et musiques électroniques.

Trois start-up culturelles françaises

1d-lab (prononcez “Indé-Lab”) est présenté par son créateur, Eric Pétrotto, comme un *“outil de streaming équitable”*. L'objectif est de fournir aux bibliothèques publiques ou médiathèques une plate-forme d'accès à des contenus numériques (livres, films, jeux vidéo). Celle-ci garantit aux auteurs une contribution équitable. Via les Instituts français, 1d-lab est déjà disponible dans 1 500 points dans le monde. Des partenariats

avec la SNCF sont développés. L'objectif, à terme, est d'étendre ce projet à l'échelle européenne. Parallèlement, Eric Pétrotto développe une application **Divercities**, qu'il résume comme une *“Pokemon Go culturelle”*, soit une application de réalité augmentée pour découvrir le patrimoine et l'offre culturelle des villes, sous forme de “capsules culturelles” proposées aux touristes ou aux habitants des villes. Divercities est déjà en phase d'expérimentation à Marseille et fait partie des start-up sélectionnées par Creatis à Bruxelles.

Pim's. Cette jeune start-up se profile comme un outil de gestion en ligne et en direct de la billetterie des organisateurs de spectacles. Son concepteur, Duong-Phan, a travaillé pendant six ans pour Gérard Drouot Production, un des poids lourds de la production de spectacles en France. Ce dernier était confronté à la difficulté d'évaluer rapidement la rentabilité de quelque 80 spectacles qu'il produisait chaque mois un peu partout en France. Duong-Phan a conçu un outil d'agrégation de vente des tickets. Celui-ci a évolué jusqu'à devenir Pim's, qui devrait permettre à ses futurs clients d'évaluer la rentabilité de leur offre et d'adapter celle-ci à la demande du public.

Single Pattern. A la confluence du merchandising et de la culture musicale, Single Pattern est une boutique en ligne de produits dérivés et “goodies” pour groupes et musiciens indépendants. Lui-même grand amateur de musique, Benjamin Didier a constaté la difficulté, pour les artistes indépendants dont il est fan, de développer et vendre des t-shirts, posters ou autres produits, vu les coûts immenses qu'engendrerait une production en série. En autodidacte, il a commencé à proposer à certains groupes de créer une boutique en ligne partagée, où les fans peuvent commander des articles. La fabrication se fait à la commande, dans une société en Allemagne, et la livraison par un opérateur privé. En quelques mois, le jeune entrepreneur a rencontré le succès. C'est un peu le modèle Amazon, mais sans stock, appliqué à la culture rock indé.