Comment l'innovation créative contribue-t-elle au développement de la French Touch ?

Alors que l'on réduit encore trop souvent l'innovation à sa dimension technologique, Bpifrance reconnaît un nouveau type d'innovation : l'innovation créative. En adaptant ses solutions de financement aux entreprises des industries culturelles et créatives (ICC), la Banque Publique d'Investissement, grâce au Plan Touch, souhaite contribuer à une plus grande diversité de l'offre et des savoir-faire créatifs, artistiques et culturels français.

Temps de lecture : minute

---

10 janvier 2022

Les industries culturelles et créatives représentent 5% du PIB français et 1,7 million d'emplois. Que serait le patrimoine français sans le rayonnement de ses marques de luxe, sans la nouvelle vague, sans le savoir-faire des artistes sortis des écoles des Gobelins ou Boulle, sans Daft Punk et toute cette créativité qui constitue La French Touch ?

Mode, art, culture, médias…. Ces secteurs d'activité demeurent également des terrains très favorables à l'innovation créative, parfois injustement délaissés des partenaires financiers traditionnels des startups. Le plan Touch de Bpifrance, qui se concentre sur 6 verticales (mode & création, jeux vidéo, édition, arts visuels & art de vivre, musique & spectacle vivant, cinéma & audiovisuel), reconnaît la valeur innovante de ces secteurs et les accompagne afin de leur proposer des solutions de financement adaptées.

Un soutien qui manquait au secteur des industries culturelles et créatives

Émilie Beckmann, co-pilote du plan Touch de Bpifrance, se souvient du manque de solutions d'aide au financement que rencontraient certains acteurs des ICC : "*Le constat des équipes présentes dans le réseau était clair : il y avait une forme de trou dans la raquette. Certains projets entrepreneurials échappaient aux solutions de financement alors qu'ils proposaient de véritables innovations. Les dispositifs de financement de l'innovation créative permettent de corriger cela*" .

L'innovation ne peut en effet se réduire à son caractère technologique. Qui pourrait arguer par exemple qu'une entreprise comme Brut, par exemple, n'avait pas de caractère innovant dès ses débuts ? Un contenu inédit, une éditorialisation originale, l'approche du média dans son ensemble était innovante, certes, mais pas d'un point de vue technologique. Elle n'était donc pas ciblée prioritairement par les solutions de financement dédiés à l'innovation proposées par Bpifrance.

Autre exemple, cette fois dans le secteur de la Beauté : 900.care. La startup, membre de la communauté de La French Touch, créée en 2019 par Aymeric Grange et Thomas Arnaudo propose une gamme de produits d'hygiène rechargeables. Une petite boule de principes actifs concentrés, à mélanger dans de l'eau. Au milieu des savons solides et gels douche, 900.care représente une vraie innovation.

Pourtant, poursuit Émilie Beckmann, sans les nouvelles solutions de financement de l'innovation créative, certaines de ces dépenses n'auraient pas pu être éligibles à un financement de Bpifrance : "*Les dépôts de brevets, les dépenses en communication, l'acquisition d'équipements, sont devenus des exemples de dépenses susceptibles d'être financées par nos outils de financement. Sans ce dispositif lié à l'innovation créative, 900.care n'aurait pas pu bénéficier d'un*

accompagnement élargi pour couvrir ce type de dépenses" . Aymeric Grange confirme les bénéfices de cette opportunité : "*La possibilité d'un financement spécifique de l'innovation créative nous a encouragés à repousser les limites que nous avions imaginées, à penser plus loin, plus haut, sur les formules de cosmétologie par exemple. Nous avons même créé un mini laboratoire en interne*".

Photo de l'équipe de 900.care à Station F

Des critères centrés sur l'équipe et la différenciation

Deux critères fondamentaux déterminent la pertinence d’un projet pour Bpifrance. Premier critère : une équipe talentueuse et expérimentée, qui sait s’entourer. Deuxième critère : une proposition de valeur différenciante à la fois multiple et spécifique : " *Nous accompagnons des projets qui correspondent à la fois à une différenciation créative, à de nouvelles stratégies de communication ou de distribution, et à une différenciation spécifique répondant aux facteurs clés de succès propres au secteur adressé par l’entreprise* ", précise Émilie Beckmann. Pour le secteur de la mode par exemple, la transparence et la RSE figurent en haut de la liste. Pour les jeux vidéo, autre verticale concernée par ces programmes, l’expérience de jeu améliorée ou les valeurs de diversité et d’inclusion à l’écran sont très importantes.

Au-delà de l’innovation produit, l’innovation créative préfigure une nouvelle manière de penser l’économie de demain. Plus transparente, plus vertueuse, plus responsable, elle porte en elle les fondements d’une tendance, les prémices d’un mouvement qui bouleverse en profondeur tous les écosystèmes. Une dynamique positive qui se retrouve dans le discours d’Aymeric Grange : "*Innover, c’est aussi avoir une autre attitude par rapport à la nécessité de changement. Les sujets sont sérieux, mais on peut être positif et responsable, sans être infaillible. Nous assumons nos imperfections et nous assumons notre volonté de faire un produit toujours plus écoresponsable, de progresser tout au long du chemin et de le dire*".

Par le biais du financement de l’innovation créative, c’est donc une nouvelle forme d’innovation que Bpifrance soutient au service des entrepreneurs de La French Touch. Une innovation qui complète les schémas traditionnels de financement des startups.

Pour en savoir plus sur les solutions d’accompagnement du plan Touch proposées par Bpifrance, cliquez ici.

Maddyness, partenaire média de Bpifrance

Article écrit par Maddyness, avec Bpifrance