

La Cantine par Silicon Sentier

Action d'évaluation et de diffusion de la plate-forme
d'innovation «La Cantine par Silicon Sentier»

Réalisée par:

Silicon Sentier



Soutenue par:

dgcis
direction générale de la compétitivité
de l'industrie et des services



La Cantine par Silicon Sentier
est une action soutenue par:
Région Ile-de-France, Ville de
Paris, Orange R&D, Cap Digital.

TABLE DES MATIERES

1. Introduction	4
1.1 Contexte, objectif et plan de l'action d'évaluation et de diffusion de la plateforme La Cantine	4
1.2 Le contexte économique (en chiffres dans lequel s'insère La Cantine)	5
1.3 En bref: les principaux résultats de l'étude	7
2. Retour sur le «co-working space» : un tiers-lieu pas comme les autres	10
2.1 Tiers-lieu : plus qu'un espace physique	10
2.2 Le co-working space et les nouveaux modes d'organisation du travail	11
2.3 Les quatre dimensions principales du co-working space	12
3. Les enseignements tirés des «co-working spaces»	16
3.1 Benchmark desco-working spaces dans le monde	16
3.2 Trois modèles de co-working spaces	20
3.3 La particularité du modèle de «La Cantine par Silicon Sentier»	22
4. Enseignements tirés de l'expérience de La Cantine par Silicon Sentier	24
4.1 Les grands chiffres de La Cantine depuis son ouverture	24
4.2 Un modèle économique mixant revenus publics et privés	25
4.3 La dynamique «marchande», non «marchande»	26
4.4 Les dynamiques individuelles et collectives à l'oeuvre à La Cantine	28
4.5 Silicon Sentier détecte, amorce et se diversifie grâce à La Cantine	29
5. Pourquoi d'autres cantines en régions, et pourquoi des Cantine en réseau?	30
5.1 Etat d'avancement des projets de Cantine sur les territoires	31
5.2 Le label «La Cantine»	39
5.3 Une période de préfiguration nécessaire au lancement du réseau	41
6. Conclusion	46

1 Introduction

1.1 Contexte, objectif et plan de l'action d'évaluation et de diffusion de la plate-forme «La Cantine par Silicon Sentier»

Contexte

Pour rappel cette présente action s'inscrit dans une démarche générale d'essaimage de « La Cantine », modèle d'outil initié, géré et exploité par Silicon Sentier. En effet, faisant suite aux nombreuses demandes issues d'acteurs locaux de se voir équiper d'un dispositif tel qu'une Cantine, il est devenu nécessaire, dans ce contexte de diffusion, de formaliser l'expérience du Silicon Sentier relative à son action « La Cantine par Silicon Sentier ». Aussi, cette présente action d'évaluation et de diffusion peut s'avérer être un levier intéressant de transfert de « bonnes pratiques » aux porteurs de projets en régions

Soutenue par Madame Kosciusko-Morizet, Secrétaire d'Etat chargée de la Prospective et du Développement de l'économie numérique et financée par la Direction Générale de la Compétitivité et des Services (Dgcis), cette action a été réalisée par Silicon Sentier, association de 140 entreprises technologiques à Paris et en Région Ile-de-France, en partenariat avec la Fondation Internet Nouvelle Génération (Fing).

Objectif (rappel)

S'échelonnant de mai à octobre 2009, cette action avait comme objectif « d'analyser et d'évaluer le modèle de La Cantine, ses fondamentaux et les clés de son succès ». Elle devait « également rendre compte des besoins des acteurs territoriaux de se voir équiper d'un tel lieu, et le cas échéant de l'opportunité de la mise en réseau de ces derniers¹»

Plan proposé

Dans les deux premières parties, nous nous attarderons sur les éléments conceptuels constitutifs des « tiers lieux » et des « co-working spaces », puis, en opérant à un « benchmark » international de seize « co-working spaces », nous tenterons de positionner La Cantine par Silicon Sentier dans ce foisonnement international de lieux collectif et collaboratif.

Après avoir fait ce travail de positionnement, il s'agira de revenir sur l'expérience que le Silicon Sentier a pu tirer de La Cantine en analysant son mode de fonctionnement, de financement ainsi que les dynamiques à l'œuvre entre ses murs.

Dans les deux dernières parties, nous ferons le point sur les projets de Cantine en régions, tels qu'ils s'énoncent aujourd'hui et proposerons une série d'éléments susceptibles d'apporter de la cohérence aux différents projets, et de structurer le «réseau des Cantine ».

Enfin, nous démontrerons en quoi une phase de préfiguration au réseau des Cantine, en amont de sa constitution formelle, est nécessaire et sous quelles conditions elle pourra avoir lieu.

¹ Cahier des charges de l'action d'évaluation et de diffusion de la plate-forme d'innovation La Cantine par Silicon Sentier

1.2 Le contexte économique (en chiffres) dans lequel s'insère La Cantine

La Cantine est un lieu de travail et de collaboration dédié aux acteurs de l'économie numérique implantés sur un territoire donné. Il nous semble nécessaire de rappeler, en quelques chiffres et constats, l'importance prise par cette économie et sa capacité à générer et diffuser des services, des méthodes et des processus d'innovation au delà de ses propres frontières. Cela permet de mettre en lumière les besoins directs auxquels répond le dispositif « La Cantine ».

Le secteur TIC, un secteur qui compte

Selon l'OCDE², de 2002 à 2008 la croissance du secteur (6% à 8%) a été trois fois supérieure à celle du PIB. Aussi, malgré les turbulences qui ont secoué l'économie mondiale récemment, la croissance en 2009 du secteur des TIC sera d'environ 4% dans un contexte général de croissance négative.

Aujourd'hui le secteur des TIC représente plus de 8% du PIB des entreprises de la zone OCDE et emploie plus de 15 millions de personnes. De plus, les compétences en matière de TIC sont largement présentes dans l'ensemble de l'économie. La part des métiers spécialisés dans les TIC est supérieure à 4% et croît rapidement, celle des professions à forte intensité d'utilisation de TIC dépasse 20%.

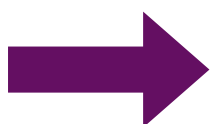
- Les TIC contribuent à 6% du PIB national, 8% en moyenne pour les pays en pointe.
- Les TIC sont à l'origine de 40% de la croissance de la productivité européenne.
- En France 30% des investissements concernent les TIC, 40% pour les pays en pointe.
- Le marché des logiciels et services TIC pèse plus lourd que l'aéronautique et la défense au niveau national.
- Le secteur des services informatiques prévoit toujours la création de 140 000 emplois qualifiés nets d'ici 2015.

² Chiffres tirés de « Perspectives des technologies de l'information de l'OCDE », OCDE, 2008, www.oecd.org/sti/ito

Le secteur des TIC est de loin celui qui dépense le plus en R&D : environ deux fois et demi plus que celui de l'automobile et plus de trois fois plus que l'industrie pharmaceutique (sources OCDE 2008).

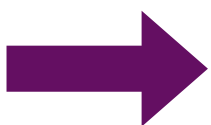
La recherche financée sur fonds publics et les réseaux de recherche mondialisés sont d'importants moteurs de l'innovation, comme les partenariats et alliances R&D interentreprises qui se sont multipliés à travers de nouveaux domaines géographiques et interdisciplinaires.

Il est aussi important de rappeler que les grandes innovations technologiques ne sont pas nées des seuls laboratoires R&D des grandes entreprises, mais sont aussi issues de petits entrepreneurs, de porteurs de projets audacieux, d'effets de rencontre et de sérendipité.



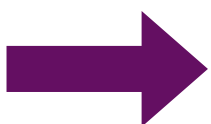
D'où le besoin de trouver des formes de soutiens, d'animation touchant l'ensemble des acteurs de la filière, et favorisant les croisements de réseaux : des plus grands au plus petits, des plus institutionnels au plus « particuliers ».

Par ailleurs, la prédominance dans le champ des services génère une grande proximité avec les usagers, du fait de l'impact des usages sur les services (l'utilisateur co-produit en partie le service, il le fait vivre et évoluer par l'usage).



D'où le besoin d'une grande adaptabilité, et d'une grande ouverture des modes de travail s'appuyant sur le développement agile, la collaboration et le contributif, la proximité avec le public et les usagers des services.

Le secteur est également marqué par une évolution des modes de travail : une plus grande mobilité, des formes nouvelles de nomadisme ; ainsi que des changements plus récurrents de statut (salarié d'entreprise, indépendant, porteur de projet, recherche d'emploi, formation continue, etc.).



D'où le besoin éprouvé d'espace de travail en mobilité, et d'espace de travail collectif ouvert, offrant un lieu d'ancrage occasionnel, ou récurrent, quotidien ou événementiel.

En proposant un outil comme La Cantine, Silicon Sentier a souhaité répondre à ces besoins, offrir « un toit », une matérialité à des formes d'échanges, d'innovation ouverte, ascendante, et de sérendipité sous-tendues par le numérique.

Le modèle proposé par Silicon Sentier tend aujourd'hui à se répandre dans le champ des TIC, comme en témoignent les projets naissants en régions ; mais aussi dans d'autres secteurs. Ces modèles d'espace de co-working s'organisent autour de réseaux déjà constitués, qui cherchent à formaliser et affirmer des fonctionnements, des manières de travailler ensemble.

1.3 En bref, les principaux résultats de l'action

Historique de La Cantine

Le projet de l'association Silicon Sentier consistant à créer un co-working space à Paris date de 2006. Ce projet s'inscrivait dans un mouvement d'échelle internationale dont le point de départ était le continent nord américain et s'inspirait d'un co-working space localisé à San Francisco. Au début de l'année 2008, Silicon Sentier inaugura La Cantine, un co-working space « à la française » dans lequel acteurs publics et privés avaient leur place. Forte de ses 900 événements thématiques depuis 18 mois portés par une multiplicité d'acteurs issus de communautés très diverses, de sa communauté de coworkers actifs et présents quotidiennement entre ses murs, La Cantine a attiré l'attention d'acteurs associatifs localisés dans une dizaine de régions françaises souhaitant décliner le concept sur leurs territoires.

Qu'est ce qu'un co-working space ?

C'est un « tiers-lieu » ayant quatre dimensions principales :

1. Economique, une capacité à générer du revenu,
2. Socioprofessionnelle, un lieu de référence où les professionnels d'un même domaine peuvent se rencontrer, échanger et travailler,
3. Culturelle, un lieu où certains principes et certaines valeurs d'ouverture, de partage sont mis en avant . Un lieu qui produit un mouvement, ayant une aura dépassant ses propres frontières de pouvoir d'action,
4. Territoriale et spatiale, un lieu inscrit sur un territoire, connecté à son tissu qui encadre, encourage et accélère les processus dit de « sérendipité » en favorisant les rencontres hasardeuses et non-linéaires.

Il existe de multiples modèles de co-working space. Ils se différencient selon trois principaux critères :

- Type et raison sociale du fondateur et/ou du porteur.
Entreprise? Association? Indépendant? Collectif divers ?
- Equilibre entre profit économique et bénéfice social.
Nous avons observé que pour être utile à ses communautés, un co-working space doit pouvoir générer un revenu issu du privé ou du public, qu'il réinvestit entièrement au profit de ces dernières directement ou indirectement.
- Degré d'implication des communautés.
Un co-working space n'est pas seulement qu'un lieu disposant de matériels et d'espaces de travail mutualisés, c'est aussi un lieu perméable dans lequel la dynamique sociale et communautaire joue un rôle majeur.

Les trois modèles de co-working space :

- « Le co-working franchisé », dans lequel le profit économique et la dynamique commerciale sont prédominantes.
- « Le co-working coopératif », dans lequel la dimension sociale à l'intérieur de ses murs domine.
- « Le co-working communautaire », dans lequel la dimension sociale et la dynamique collaborative autour de projets prédominent.

Les spécificités de La Cantine par Silicon Sentier :

- Une équipe d'animation dédiée, pour créer de la permanence, créer du lien, accompagner, structurer les projets et les initiatives.
- Un modèle économique mixant revenus publics et privés, pour dégager des « marges de manœuvres créatives », diversifier ses sources de revenus pour garantir une « neutralité » du lieu.
- Une dynamique « marchande » et « non marchande », afin de faire contribuer, avec équité, les acteurs structurés aux dynamiques communautaires et collectives.
- Un espace de rayonnement pour les acteurs du numérique.
- Entre ses murs, des dynamiques individuelles, des dynamiques collectives, créatrices de valeur pour l'éco système technologique.
- Une audience qualifiée pour les porteurs d'événements.

Essaimage et mise en réseau des Cantine:

- Nombreuses sollicitations en région afin de décliner La Cantine sur leur territoire. Un vrai besoin de se voir doter d'un outil comme « La Cantine ».
- Etablissement d'un « label » entendu comme système de valeur partagé entre Cantines.
- Lancement, après consensus collectif et sous condition de financement, d'un programme d'expérimentation de préfiguration de 6 mois du réseau des Cantine.

2 Retour sur le « co-working space » : un tiers-lieu pas comme les autres

Dans cette partie, nous montrerons que les co-working space sont des tiers lieux spécifiques par leur inscription dans la « mythologie » californienne. Ils permettent, selon des modalités diverses, aux acteurs du numérique, mais pas uniquement, d'évoluer professionnellement dans un cadre stabilisé, à leur image, au carrefour des compétences, des savoir-faire et des communautés de pratique. C'est par leurs quatre dimensions (économique, socioprofessionnelle, culturelle, spatiale - territoriale) que la notion de « co-working space » peut alors se définir.

2.1 Tiers-lieu : plus qu'un espace physique

Le terme « tiers-lieu » est régulièrement employé pour désigner les nouveaux espaces émergents, de travail collaboratif, espaces semi-publics qui ne sont ni des bureaux, ni des cafés mais qui accueillent de plus en plus les activités socioprofessionnelles. A l'origine, ce sont des espaces qui ont toujours existé, en tant que forme spécifique de configuration spatiale qui aspire un environnement social différent de celui de l'espace privé (le domicile et le travail) et celui de public (la rue, le parc³). Au-delà des espaces dédiés à des activités commerciales et à des pratiques spécifiques, les tiers-lieux réunissent un nombre de conditions permettant les rencontres informelles et favorisant la créativité des interactions sociales, notamment à travers l'ouverture, la flexibilité, la viabilité, la convivialité et l'accessibilité⁴.

Ce sont des lieux dits « de passage » qui attribuent un sens nouveau à l'espace et à la culture à travers les communautés qui se forment et se rassemblent, des réseaux qui se tissent et grandissent autour des usages que l'on en fait⁵. Dans ce cadre, le « café du coin », le squat d'artiste ou le centre culturel en tant qu'espaces publics servant de point informel de rencontre, peuvent devenir des tiers-lieux selon l'usage qu'en font les individus qui les animent, occupent et visitent. Plus qu'une simple caractéristique spatiale, les tiers-lieux sont donc en grande partie le produit des relations humaines, des interactions créatives et des modes d'organisation sociale et professionnelle dominant les sociétés contemporaines.

Un exemple récent est celui des groupes de travailleurs dits nomades ou indépendants, nommés « Jelly⁶ ». Cette nouvelle pratique consiste à réunir des individus souhaitant travailler ensemble dans un lieu quelconque, sans qu'une connaissance ou un partenariat préalable soient conditions à la rencontre. Ces lieux sont choisis et proposés à partir d'un site web dédié en fonction de leur caractère accessible, ouvert, gratuit ou pas cher, confortable, accueillant et animé. Sous cet angle, tout lieu est susceptible de devenir un tiers-lieu en fonction du groupe de travailleur s'y réunissant.

³ OLDENBURG, Ray (1989). *The Great Good Place*, édition Paragon House, New York, 338p.

⁴ JONES, D., SUNDSTED T., BACIGALUPO T. (2009). *I'm Outta Here! How co-working is making the office obsolete*, NotanMBA Press.

⁵ MANZINI, Enzo (2005). *A cosmopolitan localism*, Dis-Indaco, Politecnico, 5p.

⁶ <http://workatjelly.com/>

2.2 Le co-working space et les nouveaux modes d'organisation du travail

Le monde du travail, profondément bouleversé par les phénomènes de globalisation (mise en réseau des modes de production par exemple) et des nTICs (dématérialisation, délocalisation), subit une série de transformations dans les modes d'organisation intra et inter entreprise afin de répondre aux exigences concurrentielles en matière d'innovation. En rapport à l'émergence des espaces de co-working, nous retenons deux disruptions principales, dans le fond et la forme :

- La première consiste à ce que dans cette nouvelle géographie, ce sont les informations, les idées et la créativité qui créent la valeur ajoutée. Recréer les conditions nécessaires à l'émergence d'idées fait dorénavant partie intégrante des enjeux économiques de toutes activités assimilant les processus d'innovation.
- La seconde correspond à une conversion du mode d'organisation hiérarchique qui a su assurer le succès économique des organisations jusqu'à récemment par son degré avancé de spécialisation et de rigidité entre les pratiques et savoirs. Face aux stratégies standardisées du marché qui consistent à négocier au plus dur pour échanger immédiatement, les nouveaux modes d'organisation en réseau donnent une prépondérance à l'endettement qui induit une certaine interdépendance, imposent la confiance entre les acteurs les conduisant ainsi à des relations plus durables⁷.

De nombreuses expérimentations sont en cours, adoptées par de multiples acteurs allant des plus grandes entreprises aux travailleurs indépendants, en vue de mutualiser les ressources et les moyens, de partager et collaborer pour penser, concevoir et créer ensemble. Le principe de concurrence (compétition) et celui de collaboration (coopération) se retrouvent dans l'écosystème sous une « association de comportements d'alliance stratégique » qui s'inscrivent alors dans un processus dit de coopération. Présentant une alternative croissante et opérante, les espaces de co-working réunissent les conditions matérielles (espaces, équipement de travail, etc.) ainsi qu'immatérielles (réseau, savoir, etc.) à ces nouveaux modes d'organisation du travail. Ce travail vise ainsi à comprendre de quelles manières les différents espaces de co-working existant se saisissent de ces enjeux organisationnels liés au travail et les adaptent à leurs valeurs. Pour cela, il convient de définir les quatre dimensions (économique, socioprofessionnelle, culturelle et spatiale - territoriale) sur lesquelles l'approche théorique de l'étude vient se poser.

⁷ POWEL, W. Walter (1990). Neither market nor hierarchy: network forms of organization, in Research in Organizational Behavior 12: 295 – 336pp

2.3 Les quatre dimensions principales du co-working space

- **Economique** dans le sens où le co-working est une forme de mutualisation des ressources aussi bien matérielles (espace, équipement de travail) qu'immatérielles (compétence, savoir). De petites entreprises ou des auto-entrepreneurs n'ayant pas les moyens d'avoir un bureau, se rassemblent pour louer un espace qu'ils partagent pour travailler. C'est la raison pour laquelle, dans cette période de récession, le nombre de co-working space croît d'une manière non négligeable. Ce modèle peut correspondre aussi bien à des freelances travaillant depuis leur domicile, qu'à des collectivités ou groupes de travail se réunissant dans des espaces publics comme les cafés ou les restaurants. L'aspect économique est donc lié à la motivation initiale qui est celui de « partager les moyens pour survivre individuellement ». Des stades plus avancés peuvent être imaginés dans lesquels la collaboration et l'interaction sont conçues et organisées comme stratégie pour atteindre des buts lucratifs.

D'une part, le concept de co-working est utilisé par certains dans le cadre de location d'espaces et de postes de travail dans une perspective commerciale, tandis que de l'autre, le co-working space est un atout pour mutualiser et partager les frais, réduire les coûts fonctionnels pour investir dans d'autres actions utiles pour la croissance.

- **Socioprofessionnelle** dans le sens où les modes de travail au sein même de l'entreprise se modifient en faveur d'une plus grande flexibilité afin de réunir un minimum de conditions nécessaires à la créativité et à l'interaction. Dans ce sens, malgré leur capacité d'action limitée par leur taille et capital, des structures plus petites comme les PME et start-up innovantes ont l'avantage (et encore l'obligation) de s'adapter plus facilement aux changements et aux mouvements du marché. Pour faciliter la circulation de l'information et des idées par la rencontre, et stimuler la créativité par l'interaction, les espaces de co-working constituent un cadre de travail approprié à la nouvelle génération de travailleur en mobilité. Au-delà de la mutualisation des ressources et des moyens, les espaces de co-working mettent en avant à travers la rencontre, la mutualisation d'idées, de projets professionnels et personnels.

Les notions de réseau et de communauté apparaissent et l'espace devient, proportionnellement à l'engagement de ses visiteurs et résidents, un lieu de référence où les professionnels d'un même domaine peuvent se rencontrer et échanger. L'accent est ainsi mis sur le réseau social se formant autour de l'organisation du travail, la connectivité n'étant non pas seulement celle des outils mais aussi celle des individus.

- **Culturelle** dans le sens où le co-working est considéré par les propriétaires ou gérants, aussi bien que par les coworkers, comme un mouvement socioculturel dans lequel la collaboration est le lien structurant de la communauté. Une notion d'intelligence collective apparaît dans ces espaces, la communauté des coworkers formant des petites équipes d'indépendants se réunissant autour d'un projet collaboratif. Ainsi la collaboration n'est pas uniquement une fin en soi mais un mode d'organisation intrinsèquement lié à ces types de lieu.

L'aspect culturel se manifeste dans les espaces de co-working aussi par l'influence des communautés de l'open source et par l'assimilation de la « culture du libre » par les nouvelles générations⁸.

Par l'esprit de partage, d'échange, de convivialité et de vie communautaire, certains craignent un retour aux années 60, et font le parallèle avec le mouvement libertaire tandis que d'autres reconnaissent la valeur de la liberté, de l'autonomie et de la flexibilité pour la créativité des interactions sociales. Nous observons cela dans le fait que certains espaces de co-working produisent des manifestes et exposent publiquement leur positionnement social par rapport aux conditions de travail et au système de production contemporain.

Une série de valeurs et de principes liés au partage et à l'ouverture sont alors mis en avant par ces espaces qui, au-delà de se présenter et se promouvoir, produisent un mouvement dépassant les frontières de leur pouvoir d'action. C'est exactement ce qu'illustre la fameuse formulation déviée : « coworkers of the world, unite ! »⁹

- **Spatiale et territoriale** dans le sens où malgré l'abstraction des notions de communauté, de réseau et de travail collaboratif, la nouveauté du co-working est fondamentalement liée à sa dimension spatiale et territoriale. Le monde professionnel moderne (digital, nomade et hyper-connecté) se manifeste sur une carte par des flux et des transactions de tout ordre, dans un réseau immatériel. Il serait possible en principe que les employés puissent travailler tous dans des endroits différents en se réunissant qu'à des points d'étape. Cependant, nombres de témoignages, notamment d'indépendants et freelance, soulignent l'importance de l'interactivité et de l'environnement social dans leur quotidien de travail. Ainsi, un espace de rencontre pour les travailleurs, de frottement pour des communautés devient la jonction de différents réseaux socioprofessionnels qui génèrent et régèrent un certain « localisme cosmopolite »¹⁰.

Systèmes productifs locaux, grappes d'entreprise, clusters; ces structures peuvent être vues comme les résonances de l'effet de proximité en question et les expressions diverses de ce rapport particulier de l'écosystème technologique à son territoire géographique. La densité, la multiplicité, les réseaux superposés sont les caractéristiques de ces espaces de sociabilité et d'expressivité. Ces lieux deviennent des territoires de la créativité qui encadrent et accélèrent les processus dit de sérendipité en favorisant les rencontres hasardeuses et non-linéaires par leurs natures profondément mixtes.

⁸ VON HIPPEL, E. & VON KROGH, G. (2003). Open Source Software and the 'Private-Collective' Innovation Model: Issues for Organization Science. In Organization Science, 14(2): 209-223pp.

⁹ http://www.prospect.org/cs/articles?article=coworkers_of_the_world_unite

¹⁰ MANZINI, E. (2005). A cosmopolitan localism : Prospects for a sustainable local development and the possible role of design, Dis-Indaco, Politecnico di Milano, 5p.

Plus qu'une simple caractéristique spatiale, les tiers-lieux sont donc en grande partie le produit des relations humaines, des interactions créatives et des modes d'organisation sociale et professionnelle dominant les sociétés contemporaines.

Les notions de réseau et de communauté apparaissent et l'espace devient, proportionnellement à l'engagement de ses visiteurs et résidents, un lieu de référence où les professionnels d'un même domaine peuvent se rencontrer et échanger. L'accent est ainsi mis sur le réseau social se formant autour de l'organisation du travail, la connectivité n'étant non pas seulement celle des outils mais aussi celle des individus.

Une série de valeurs et de principes de viabilité, durabilité et communauté sont alors mis en avant par ces espaces qui, au-delà de se présenter et se promouvoir, produisent un mouvement dépassant les frontières de leur pouvoir d'action. C'est exactement ce qu'illustre la fameuse formulation déviée : « coworkers of the world, unite !¹¹ »

¹¹ http://www.prospect.org/cs/articles?article=coworkers_of_the_world_unite

3 Les enseignements tirés des co-working space

Un travail continu de veille et d'enquête auprès de seize co-working space nous a permis de définir les principaux traits caractéristiques de ces espaces et leurs modalités de fonctionnement. C'est par ce travail d'enquête que nous avons pu identifier trois modèles de co-working space : le co-working space « franchisé », le co-working space « communautaire », le co-working space « coopératif » ; chacun ayant ses propres spécificités, sa propre approche, sa propre vision du collectif à travers l'organisation et la mise à disposition de son espace.

3.1 Benchmark des espaces de co-working dans le monde

Méthodologie

Nourri par un travail continu de veille sur l'activité menée par ces lieux, le benchmark des espaces de co-working a été établi à partir des résultats d'un questionnaire réalisé en ligne et dédié aux fondateurs et/ou gérants des espaces les plus actifs et représentatifs repérés à l'avance. Dans ce cadre, à part la localisation, les caractéristiques physiques de l'espace, les thèmes focus, les publics concernés, les modes de financement et de partenariat, il faudrait préciser que la structure et l'organisation spécifiques de ces lieux, et notamment leur mode de gouvernance sont déduits à travers une variété d'indicateurs comme celui d'autodéfinition des fondateurs/gérants de ces espaces, le nombre et activités des personnes travaillant dans l'équipe, du nombre de personnes décisionnaires concernant l'espace par rapport au nombre de personnes qui aide à faire tourner le lieu, le type d'activité d'animation, d'activité à but non-lucratif et les types de partenariat pour ces activités, les privilèges qu'ont les partenaires et les modes de financement des activités par rapport aux dépenses. Il faudra prendre en compte également que les types de partenariat indiqués dans le benchmark ne sont en aucun cas exhaustifs mais servent à mettre en lumière l'organisation des activités des co-working space.

Représentativité de l'échantillon

Traduit en français par «travail collaboratif», le co-working comprend de multiples façons de « travailler ensemble » : cette notion peut rassembler deux étrangers travaillant côte-à-côte, mais cette notion recoupe aussi deux collègues travaillant ensemble sur un projet commun. Il en va de même pour les espaces accueillant ces pratiques. L'échantillon de l'étude se délimite donc aux lieux de travail et de rencontre, ouverts au public. Dans ce sens, des espaces de travail collectif tels que les pépinières, par exemple, ne sont pas représentés par l'échantillon de l'étude.

Par ailleurs, les co-working space ne cessent de se répandre dans le monde entier, surtout sur le continent américain puis européen. Ainsi, nous avons veillé à ce que l'échantillon prenne en compte la forte concentration de co-working space aux Etats-Unis. Par ailleurs, compte tenu que la majorité des co-working space localisés en dehors des Etats-Unis sont uniquement inscrits sur le réseau en ligne du co-working, l'échantillon comprend plutôt les co-workings suffisamment structurés pour proposer un site internet dans lequel leur activité peut être suivie.

Événements, thématiques et publics

Nous observons une double dynamique, quotidienne et ponctuelle, à l'œuvre dans les co-working space :

1. Ponctuelle à travers les événements rassemblant un grand nombre d'individus partageant les mêmes intérêts et permettant de tisser des réseaux autour de leurs activités professionnelles.
2. Quotidienne à travers la cohabitation permanente de coworkers se rencontrant et se connaissant sur une durée plus longue et qui collaborent sur des projets.

En plus d'être des lieux de partage et de travail, la plupart des espaces de co-working de notre échantillon sont aussi des lieux d'évènement, où des communautés spécifiques organisent, participent et se rassemblent, partagent leurs savoirs et compétences professionnelles.

Un des résultats du travail de veille et d'enquête auprès de l'échantillon étudié montre que la majorité de ces espaces est spécialisée en fonction de deux critères importants :

- les thématiques technologiques traitées,
- les besoins structurels et conjoncturels des travailleurs (travail indépendant, l'entrepreneuriat, la «culture start-up», la créativité, la collaboration, l'innovation, le marketing, le co-working...).

Le public de ces co-working spaces (coworkeurs quotidiens et participants ponctuels) est essentiellement constitué de développeurs, designers, consultants, écrivains/rédacteurs, artistes. Il est également caractérisé par une présence importante de créatifs, d'entrepreneurs et d'indépendants utilisant en continu et intensivement les nTICs. Par son public, par ses usages il est possible de caractériser chacun des espaces de co-working et de les positionner dans l'écosystème technologique de son territoire.

¹² <http://blog.coworking.info/>

Modèle d'action et de gouvernance

Le co-working space propose un modèle alternatif d'organisation du travail fondé et porté essentiellement par des travailleurs indépendants, des entrepreneurs, des collectifs, des artistes. Même si aujourd'hui certains espaces comme «Indyhall» et «Citizen Space» sont pris comme exemple par les «non initiés», les questions relevant du modèle économique et de la gouvernance demeurent. Nous observons cela dans les forums de discussion en ligne du groupe de co-working dans lequel les porteurs de projet de co-working interrogent les plus expérimentés au regard de leurs besoins et problématiques. Multiple, sans modèle unique, il est difficile de répliquer les « recettes qui marchent » dans d'autres co-working dans la mesure où chacun à ses spécificités fortes. Aujourd'hui, il y a autant de modèles valables que de co-working spaces.

Dans le cadre de notre action, nous avons tenté d'identifier les critères à partir desquels les co-working space se différencient. Nous en avons retenu trois:

1 - Le type de structure et d'organisation fondatrice du co-working space

Nous avons observé que la typologie d'actions portées par les co-working space varie en fonction de la personne morale ou physique qui le porte. Le statut du fondateur, sa « raison sociale », révèle, dans une certaine mesure, les motivations à l'œuvre et les types d'actions entreprises dans le co-working space. En ce sens, qu'il s'agisse d'un modèle de gouvernance mutualisé, coopératif, à but lucratif ou non, la différenciation entre co-working space opérerait en fonction de son modèle de propriété et en fonction de la raison sociale du fondateur. Ainsi, selon les motivations à l'origine de la création d'un co-working space ou l'usage et le profit qu'en retire son fondateur, il devient possible d'entamer la caractérisation du lieu.

2 - Profit économique versus bénéfice social ?

En réalité, il n'y a pas forcément opposition entre la capacité d'un co-working space à générer du profit et celle consistant à générer du bénéfice social, dès lors que le profit économique sert à l'investissement dans le lieu et vers des actions en faveur de ses coworkers et de ses communautés. Par ailleurs, il est évident que pour que de tels espaces existent et subsistent - soient viables et durables - un minimum de capital économique est nécessaire. C'est en ce sens que ces deux instances, économiques et sociales, sont complémentaires et interdépendantes.

Remarquons le caractère polyvalent du terme « profit » qui n'est plus identifié uniquement comme économique via ce propos tiré du googlegroup « coworking »:

Les notions de «réseau» et de «communauté» apparaissent et l'espace devient, proportionnellement à l'engagement de ses visiteurs et résidents, un lieu de référence où les professionnels d'un même domaine peuvent se rencontrer et échanger. L'accent est ainsi mis sur le réseau social se formant autour de l'organisation du travail, la connectivité n'étant non pas seulement celle des outils mais aussi celle des individus.

D'où la complexité de ce dispositif qui ne peut engager l'un sans l'autre et qui met en œuvre un continuum construit sur un équilibre délicat entre le capital humain et le capital économique. Le graphe ci-dessous tente de représenter cet équilibre entre l'importance de la communauté, sur l'axe vertical, et celle du profit économique, en horizontal.

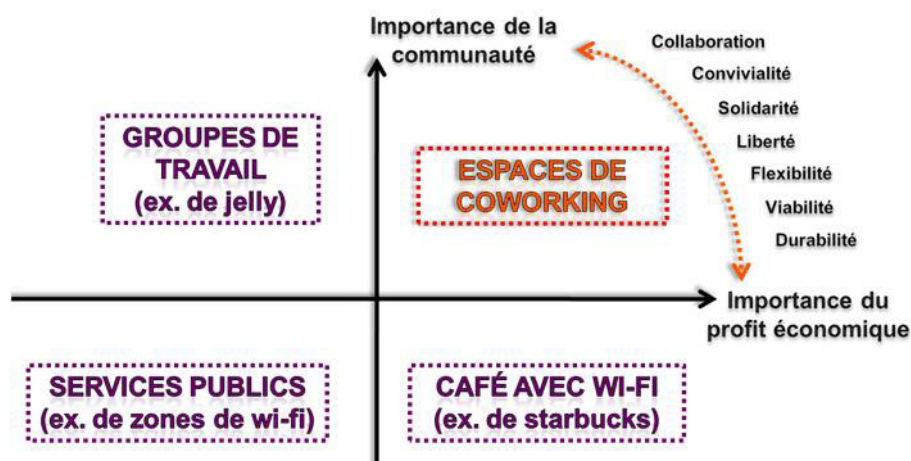


Figure 1 Positionnement co-working space

Par rapport aux autres lieux susceptibles d'accueillir des travailleurs, les co-working space se positionnent là où la communauté et le profit ont une importance égale, et aussi important pour l'un que pour l'autre.

3 - L'importance des «communautés»

La communauté se trouve donc au cœur des modèles de gouvernance de divers espaces de co-working space. Ainsi, l'espace de coworking est différent d'une communauté de co-working space dans le sens où la communauté est maintenue avec une série de valeurs (inspirées fortement du monde de l'Open Source) et l'espace de coworking consiste en une alliance entre l'approche commerciale et ces mêmes valeurs précédentes. C'est d'une certaine manière un équilibre à reformuler pour chaque contexte, sachant que le co-working space n'est pas seulement un ensemble de matériel à louer et que compris dans une approche commerciale, le produit ou service qu'il sous-entend dans le social, n'est pas considéré comme un revenu actif (l'accès à un réseau et la mise en relation ne peuvent être monétarisés dans les cadres juridico-économique traditionnels). Le capital humain et le réseau qui se forme et réforme autour de tels espaces est dans ce sens une des caractéristiques faisant la différence entre coworking et un espace de travail partagé. Ainsi, une motivation uniquement vers des fins lucratives contaminerait la pratique même du co-working space et se verrait insuffisante pour former une communauté autour de cette relation devenue alors commerciale. La formation d'une communauté suppose un certain sentiment de confiance qui se veut bien différent de celui qu'un client ressent envers son fournisseur.

3.2 Trois modèles de co-working space

D'après nos axes d'analyse intégrant les aspects, économique, socioprofessionnel, culturel et spatial, et les critères, structure des fondateurs, le caractère lucratif des activités et la notion de communauté, nous avons identifié trois modèles principaux de co-working space.

Le co-working space « franchisé »

Ce modèle correspond aux espaces de co-working dans lesquels la dimension économique et spatiale est prioritaire. Il s'agit d'un fonctionnement sur la base d'un intérêt économique et commercial, à travers la location des postes de travail et le paiement des services associés. Dans ce cadre, la « motivation primaire » de rentabilité peut être comprise aussi bien comme négative dans le sens où les ressources sont mutualisées pour des travailleurs qui n'ont pas les moyens de louer un espace privé de travail, que comme positive dans la mesure où le co-working space fonctionne comme un service quelconque, un espace de type café ou pub dédié aux besoins immédiats de l'activité professionnelle. Les dimensions sociales et communautaires sont très limitées, voire quasi-absentes dans ce modèle.

Nous classons dans ce modèle les espaces de co-working comme CoWo Milano, Eclau (mutualisation de l'espace, prestation de service) ou Micro-office (prestation de service, location d'espace) dans lesquels les pratiques communautaires et collaboratives sont très rares.

Le co-working space « coopératif »

Ce modèle est repris par les espaces de co-working fonctionnant comme espace d'entrepreneuriat mettant l'accent sur la dimension sociale des relations et activités professionnelles. Plus investi dans les conditions nécessaires à l'émergence des idées, notamment en favorisant la rencontre, la diversité, la collaboration et la flexibilité, ce modèle remplit potentiellement des fonctions d'incubateur et/ou de catalyseur pour les différentes communautés.

La notion de réseau est mise en valeur d'une manière particulière, à travers différentes activités d'animation et événementielles autour de thématiques bien spécifiques.

Ce modèle propose une gouvernance où tous les travailleurs (l'équipe d'animation et les coworkers qui sont devenus les habitants de l'espace par leurs fréquentations régulières) sont responsables du lieu et sont considérés, dans, une certaine mesure, comme les propriétaires. Les activités se voient distribuées entre des événements et des projets menés tant par les co-workers que les fondateurs et/ou gérants de ces espaces de co-working. Ainsi, la collaboration est aussi celle de ces derniers.

Un objectif largement partagé par ce modèle d'action est de soutenir les travailleurs indépendants et l'entrepreneuriat et de contribuer à l'animation de la communauté en aidant à promouvoir les projets qui leur sont liés. L'espace peut accueillir des activités commerciales mais elles restent une motivation secondaire vis-à-vis du soutien des communautés. Le profit généré est réinvesti pour améliorer les conditions de ces communautés. Il est commun encore que les fondateurs ou gérants de ce type d'espace soient de petites entreprises ou agences déjà existantes. Une approche structurée est remarquée vis-à-vis des processus d'innovation et des collaborations qui en découlent.

Le co-working space « communautaire »

Ici, tous les « clients » sont presque tous considérés comme les propriétaires du co-working space. Au-delà des communautés qui existent en dehors du lieu, autour des thématiques spécifiques, il s'agit d'une communauté en soi qui se crée autour des pratiques et usages du lieu. Le co-working space est également fortement connoté « communautaire » avec une dimension prépondérante de structuration. Le co-working space peut être spécialisé sur le numérique ou non. Ce modèle de co-working space facilite les collaborations socioprofessionnelles formant des micros-entreprises informelles travaillant sur des projets spécifiques, autant à long terme qu'à court terme. On peut imaginer ce modèle comme un collectif d'indépendants travaillant dans le même espace qui devient, dans ce sens, un bureau où l'on peut choisir ses collègues. Il est question d'un plus fort engagement des individus à la vie de l'espace qui est donc autogéré par ses membres qui collaborent les uns avec les autres sur une durée plus ou moins longue. Des exemples poussés de ce modèle consisteraient à des co-working qui, en plus de l'espace de travail, ont des chambres pour dormir ou des salles récréatives. Nous observons également une formalisation et une spécialisation de certains de ces co-working spaces, avec par exemple, des espaces « laboratoires » ou des espaces récréatifs.

Définies du point de vue du modèle économique, ces trois formes de coworking space se différencient au niveau de l'exploitation du profit. Tout en prenant en compte la difficulté d'atteindre les modèles économiques des coworking space étudiés, nous pouvons déduire par divers indicateurs économiques que ;

- le modèle franchisé correspond soit à un modèle économique marchand comme celui d'une entreprise ou d'un café, soit à une mutualisation de l'espace afin de réduire les coûts.
- le modèle coopératif correspond plus à un équilibre entre le modèle économique marchand et celui non marchand (projets collaboratifs à long ou à court terme). Le profit est exploité principalement dans et par le réseau socioprofessionnel qui se crée et recrée autour de l'espace. Ainsi, le capital économique est converti, par l'animation et la production d'événements en capital socioprofessionnel. Ce modèle rentre dans le cadre d'une structuration « up-down », où les initiateurs de projet accueillent et touchent en direct les différentes communautés déjà existantes.
- le modèle communautaire correspond à un modèle économique principalement non-marchand prenant en compte les activités marchandes. Il est difficile de le différencier du modèle précédent, néanmoins, nous pouvons constater que le modèle communautaire se construit à partir d'une dynamique plus « bottom-up », à partir de communautés déjà existantes. Quant au profit,

3.3 La particularité du modèle de «La Cantine par Silicon Sentier»

Au regard des modèles décrits ci-dessus, nous pouvons dire que La Cantine traverse les deux derniers modèles, celui du co-working « communautaire » et celui « coopératif ». Néanmoins, La Cantine demeure très spécifique, n'ayant que peu de points communs, dans sa gouvernance (partenaires publics et privés), son animation (une équipe dédiée et flexible ayant l'expérience des barcamps, des formats d'animation originaux) avec d'autres co-working spaces.

La Cantine rassemble trois types de public :

- les adhérents du Silicon Sentier, l'association porteuse,
- les coworkers, pas forcément adhérents de l'association,
- les participants aux événements.

La Cantine est empreinte d'une dimension culturelle technologique forte sans pour autant réserver son accès aux seuls « technophiles ». Producteurs de services innovants, entrepreneurs, commerciaux, étudiants, salariés d'industrie des « télécom », chercheurs, graphistes, s'y croisent, se reconnaissent et partagent un ensemble d'intérêts souvent proches malgré leurs positions variées dans le chaîne de valeur. Elle offre un espace de rayonnement à des projets technologiques et des initiatives collectives en amorçage, une audience qualifiée à des acteurs en attente de retours critiques.

La Cantine est pilotée et gérée par une association, Silicon Sentier. Les dimensions « structuration », « animation », « communauté » sont présentes. Les revenus générés par l'exploitation commerciale du lieu sont réinvestis soit dans La Cantine même, soit dans des projets portés par les communautés. Nous vous proposons de revenir en détail sur ces aspects dans la partie 4 de ce présent document.

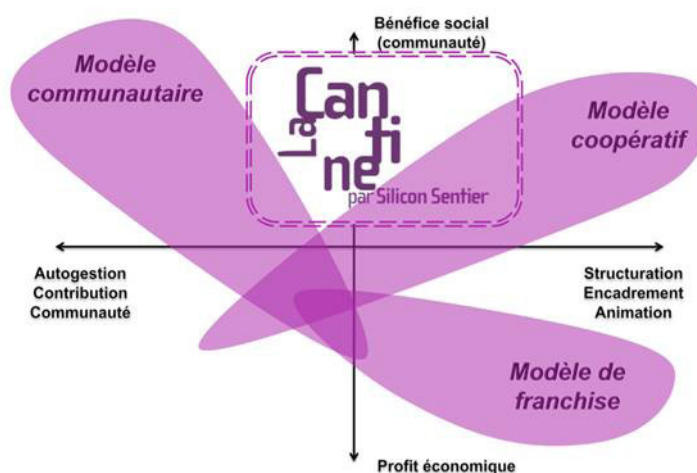


Figure 2 Positionnement de La Cantine vis-à-vis des trois modèles de co-working space

4 Enseignements tirés de l'expérience de «La Cantine par Silicon Sentier»

Après avoir travaillé sur la notion de co-working space lors des deux premières parties, il s'agit d'opérer une analyse fine de La Cantine par Silicon Sentier. Initiée et portée par une association à but non lucratif de 140 entreprises technologiques à Paris et en Région Ile-de-France, La Cantine s'appuie sur une équipe d'animation, de permanents qui animent un réseau d'entreprises technologiques, de compétences et d'expertises. Proposant à la fois des espaces de travail, des événements thématiques « communautaires » ou non, des contenus de qualité et un accompagnement personnalisé à la structuration de projet, Silicon Sentier s'est doté d'un espace ressource et de supports aux initiatives technologiques des acteurs parisiens et franciliens du numérique.

A la fois laboratoire pour les communautés et espaces de répétition pour les porteurs de projet et les collectifs peu structurés, La Cantine permet d'accélérer des initiatives individuelles et collectives via les formats et le savoir-faire dont dispose le Silicon Sentier.

4.1 Les grands chiffres de La Cantine depuis son ouverture

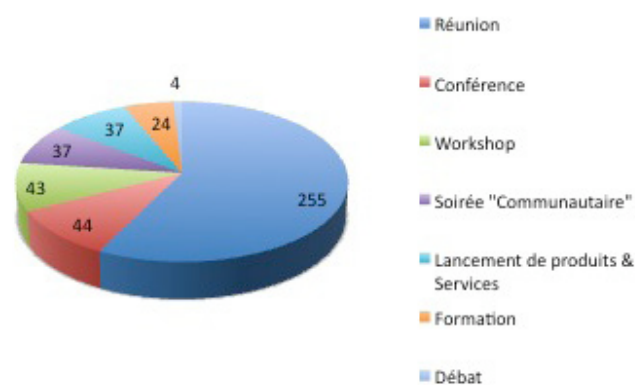


Figure 3 Typologie des 444 événements fermés au public

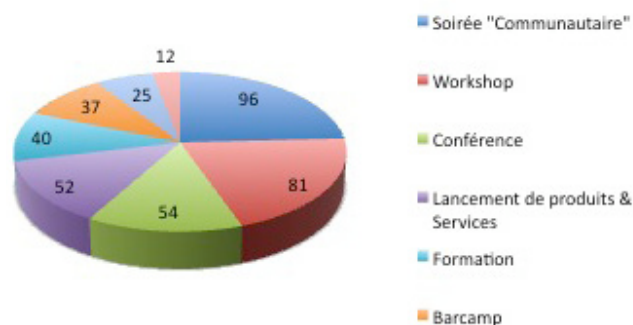


Figure 4 Typologie des 397 événements ouverts au public

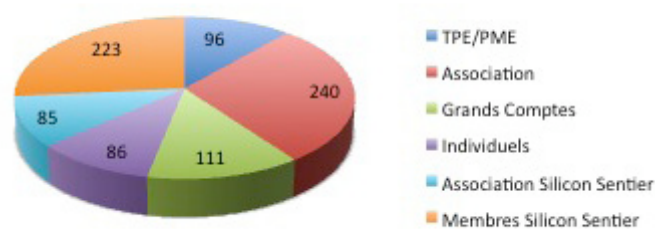


Figure 5 Typologie des organisateurs des 841 événements organisés depuis 20 mois

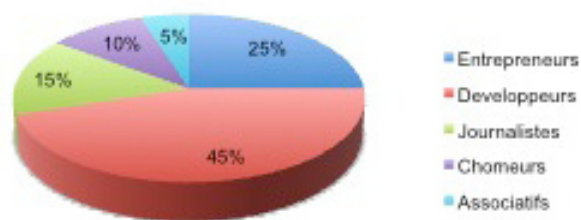


Figure 3 Typologie de 20 co-workeurs de La Cantine revenant au mois 3 fois par semaine

4.2 Un modèle économique mixant revenus publics et privés

« **Quel est le modèle économique de La Cantine ?** ». Cette question est revenue régulièrement lors des échanges avec les associations locales souhaitant décliner le concept de «La Cantine». Dans cette partie nous exposerons la manière dont «La Cantine par Silicon Sentier» se finance sans pour autant vouloir prétendre généraliser ce modèle économique aux déclinaisons de Cantine en régions. En effet, il demeure difficile de dupliquer les modes de financement d'une région à l'autre dans la mesure où chaque association locale, collectivité territoriale, chaque implantation régionale de leader industriel a sa propre politique, ses propres priorités au regard de ses ambitions pour l'économie locale et le développement du territoire.

Néanmoins, s'il y avait une recommandation à formuler sur le modèle économique d'une Cantine ce serait celle consistant à combiner revenus publics et revenus privés. Prenons le cas de «La Cantine par Silicon Sentier» et revenons aux origines du projet. Lorsqu'il s'est s'agi de trouver les premiers financements afin d'amorcer le projet (recherche de locaux, engagement de frais divers), Orange R&D suivi par la Région Ile-de-France ont soutenu l'association Silicon Sentier dans son initiative. Véritable enjeu pour Orange R&D, ce projet prônant «l'open innovation» s'inscrivait particulièrement dans la politique générale d'innovation du leader industriel des télécommunications. Ce projet constituait également un outil à la détection de tendances émergentes du tissu d'acteurs de l'économie numérique. Quant au Conseil régionale Ile-de-France, son action en faveur du soutien des acteurs technologiques et des grappes d'entreprises trouvait dans ce projet un levier ambitieux à l'animation de l'écosystème numérique en région Ile-de-France. Une fois le projet amorcé, Cap Digital et la Ville de Paris ont, eux aussi, suivi la dynamique. Dans son ADN, La Cantine était un projet dans lequel des acteurs publics et privés se retrouvaient. Néanmoins, pour l'équilibre du projet, Silicon Sentier a vite considéré le fait qu'il serait nécessaire de générer du revenu d'exploitation afin de démontrer, d'une part la capacité du lieu à s'autofinancer dans une certaine mesure, d'autre part à impliquer les entreprises technologiques dans le projet en payant l'utilisation qu'elles feraient de La Cantine.

Fin 2009, les revenus d'exploitations et de sponsoring privé de La Cantine s'élevaient à 333 000 euros¹³ auxquels s'ajoutent environ 160 000€ de subventions publiques. Les charges associées à La Cantine s'élèvent quant à elles sur la même année, à environ 490 000€ ; ce qui correspond à 70% d'autofinancement pour 30% de financement public. Pour autant, ce modèle 70% / 30% n'est pas le plus adapté aux missions que se fixe le Silicon Sentier. La Cantine générant des charges financières importantes, une exigence au quotidien s'attache à voir les revenus d'exploitation progresser, par la location d'espace notamment ; et ceci au détriment d'actions moins génératrices de revenus à court terme mais productrices de valeurs immédiatement et à moyen terme. Afin de diminuer cette tension entre impératif de revenus et impératif d'utilité sociale et économique de La Cantine, il devient indispensable qu'elle soit financée à hauteur de 50% des charges associées, par des subventions publiques qui lui permettront de dégager des « marges de manœuvre créatives » en faveur de l'écosystème technologique et de son territoire.

¹³ 333 000 € de revenus dont 205 000 euros de revenus d'exploitation de La Cantine.

4.3 La dynamique « marchande », « non marchande »

Dès l'ouverture de La Cantine en janvier 2008, l'équipe du Silicon Sentier s'est réorganisée afin de pouvoir répondre aux individus, collectifs et organisations souhaitant organiser des événements à La Cantine. L'équipe est rapidement passée de 4 à 7 permanents. Cette croissance s'est appuyée sur des activités nouvelles pour la structure, activités liées à l'exploitation d'un lieu physique :

- gestion financière et opérationnelle d'un lieu de 350m2,
- gestion d'un co-working space, de salles de réunions et d'un espace café,
- gestion d'un nombre important de demandes entrantes, structurées ou non, d'accompagnement et de mise en relation.

Grace à son réseau d'entreprises préexistant et issu du Silicon Sentier, La Cantine a rapidement été identifiée par les acteurs de l'écosystème technologique à Paris et en région Ile-de-France. Durant la phase de montage du projet, pendant les travaux, le bouche à oreille a opéré, expliquant l'importance du flux entrant à La Cantine dès son ouverture.

Rapidement il a fallu se mobiliser afin de répondre à deux types de demandes issues :

1. D'individus, collectifs et organisations souhaitant louer « uniquement » un ou des espaces à La Cantine pour leurs actions internes (réunions, séminaires) et externes (communication, marketing, relations publiques)

Ce premier type de demande, simple, relève du « secteur marchand » de La Cantine. Cette occupation du lieu crée peu de valeur dans l'écosystème mais reste néanmoins nécessaire dans la mesure où La Cantine doit répondre aux demandes des entreprises technologiques (salle de réunion, petit-déjeuner clients, soirée de lancement, etc.).

Exemple : une PME technologique organise présente ses nouveaux produits à ses clients.

Ce sont des événements nécessitant peu d'intervention de la part de Silicon Sentier. Dès qu'un porteur d'évènement contacte La Cantine pour organiser son événement, il est dirigé vers le chef de projet thématique qui établit un devis. Une fois le devis validé par le porteur, le service comptable de La Cantine facture l'évènement. Le prix facturé correspond à une grille tarifaire pré-établi (grands comptes – TPE/PME – Membre du Silicon Sentier - Contributif). Les membres du Silicon Sentier bénéficient de 30% de réduction sur le tarif TPE/PME.

2. D'individus, collectifs et organisations souhaitant être accompagnées par l'équipe d'animation de La Cantine, et ses réseaux, dans l'organisation d'événements collaboratifs (barcamp, événements thématiques)

Ce second type de demande, plus complexe que la première, relève du secteur « non marchand » de La Cantine. Il produit de la valeur pour l'écosystème dès lors que l'événement est collaboratif, est organisé par un ensemble d'acteurs pouvant se croire concurrents et dépassant les intérêts de chacun. La présence dans l'organisation de l'équipe d'animation du Silicon Sentier est nécessaire puisqu'elle agit comme agent de neutralité rétablissant les équilibres entre des structures de maturité différentes.

Exemple : des acteurs, en présence du Silicon Sentier, créent une alliance pour traiter d'une thématique commune.

Ce sont les événements nécessitant une intervention forte de l'association. Silicon Sentier en collaboration avec les acteurs partie prenante de l'événement, détecte la thématique émergente, l'affine, pilote la phase « d'amorçage » de l'événement, recherche les « micro-sponsorings », s'assure que chaque acteur partie prenante a sa place durant l'événement, et garantit le bon déroulement technique et logistique de l'événement le jour J. Le temps passé sur le montage de ce type d'événement est plus important. C'est la phase appelée « ingénierie et montage du projet, de l'événement » dans le schéma ci-après.

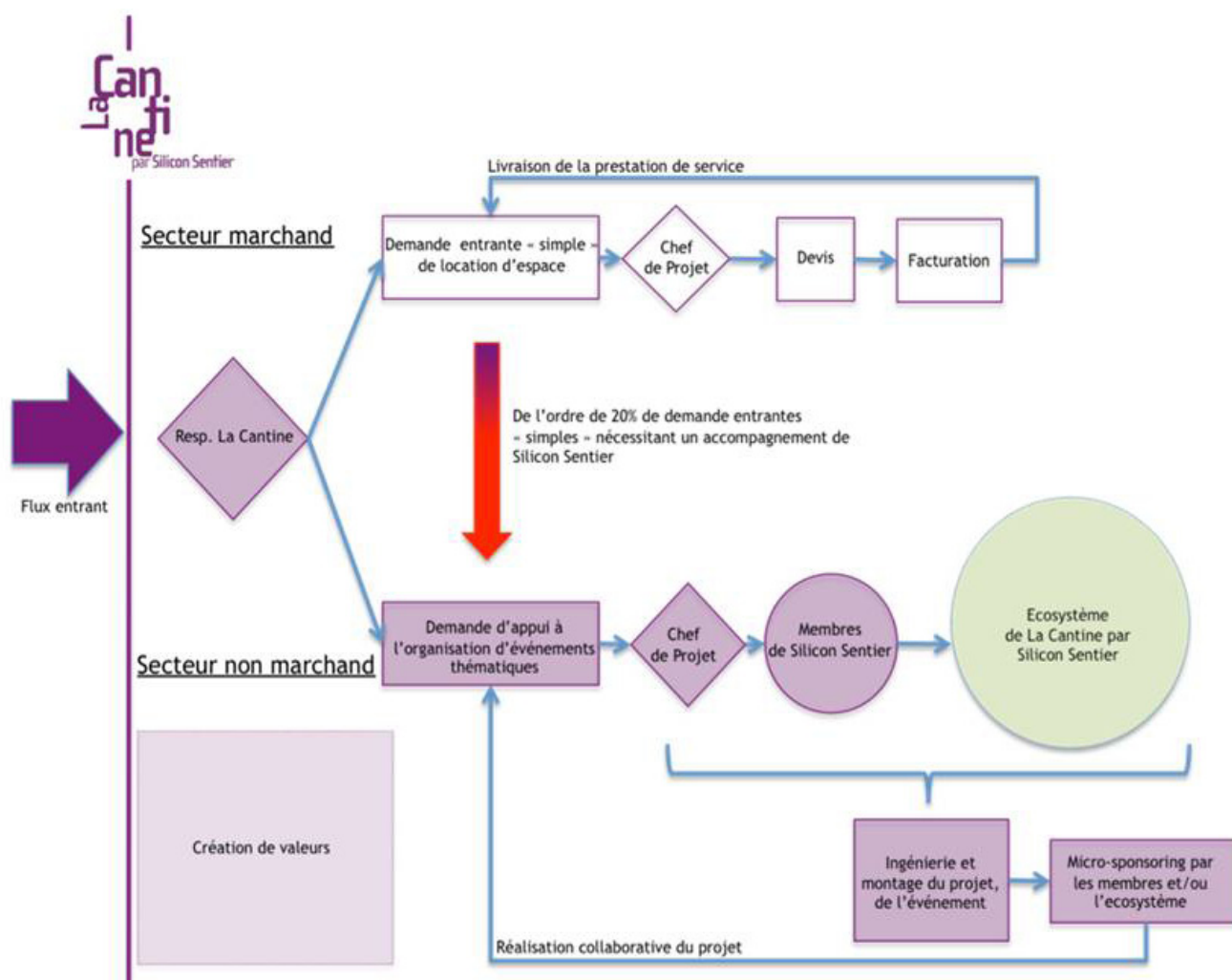


Figure 3 Gestion des flux entrant

4.4 Les dynamiques individuelles et collectives à l'œuvre à La Cantine.

La Cantine est un lieu produisant du contenu, de la rencontre. Entre ses murs deux grandes dynamiques sont à l'œuvre. Nous avons essayé de les modéliser ci-dessous :

Dynamique individuelle

Utiliser La Cantine

Client
Type de relation :
Connexion quasi nulle

Utilisation « simple » et « marchande » de La Cantine comme lieu proposant des espaces à la location. Dans ce cadre, peu ou pas d'interactions avec l'écosystème. La Cantine est utilisée comme une ressource à disposition pour l'organisation, par une entreprise la plupart du temps, d'événements dédiés à ses clients, à ses prospects, à ses collaborateurs.

S'informer à La Cantine

Spectateur
Type de relation :
Connexion quasi nulle

Utilisation « passive » de La Cantine. Il s'agit d'individus venant à La Cantine pour s'informer sur une thématique dédiée dans le cadre d'un événement spécifique, sans pour autant participer. On observe par la suite deux positionnements : soit ils reviennent à La Cantine pour un autre événement en gardant la même posture, soit ils s'impliquent progressivement, deviennent apprenant, et participent plus activement sur d'autres événements.

Participer à un événement

Participant
Type de relation :
Rencontre, échange,

Utilisation « active » de La Cantine comme lieu proposant du contenu, des événements. Ici, il s'agit d'individus travaillant dans un secteur donné intéressés par un certain type de contenu qui participeront activement à l'événement en intervenant, en prenant position, en donnant leurs avis, en partageant leurs expériences. En participant à l'événement, ils réuniront les conditions d'une rencontre directement utile à leurs activités professionnelles.

Dynamique collective, d'adhésion de création de valeurs

S'impliquer dans le Silicon Sentier

Adhérent
Type de relation :
Logique adhésion, participation à la vie de l'association

Utilisation « active et collective » et « non marchande / non lucrative » de La Cantine. Il s'agit d'une utilisation avancée du lieu et des réseaux qui y sont associés. Ce sont généralement des acteurs matures ayant compris l'intérêt de s'associer, dans le cadre d'un événement par exemple. Cet événement pourra déboucher sur des partenariats commerciaux, un échange de visibilité, des collaborations diverses. La Cantine ici sert de « hub » de communautés, de levier à la rencontre interprofessionnelle et interentreprises.

Faire ensemble un événement à La Cantine

Collaborateurs
Type de relation :
affichage de partenariats, enjeu commercial, partenariats, amorçage de dynamiques collectives

Utilisation « active et créatrice » de La Cantine. Il s'agit d'une utilisation du lieu comme levier à la création d'associations et de collectifs thématiques structurés ou non. La Cantine est mise à disposition gratuitement dès lors que le collectif ou l'association est en phase d'amorçage. Silicon Sentier met à disposition ses réseaux associés, ses espaces de réunion, de conférence, la possibilité de domicilier son association, dès lors que le projet est collectif et jugé d'intérêt général par Silicon Sentier. Néanmoins, afin d'éviter la dépendance de ces associations, Silicon Sentier les accompagne dans des recherches de financements privées ou publics.

Créer à La Cantine

Fondateurs
Type de relation :
engagement fort, relations associatives, création d'association, coproduction, ..

Utilisation « pro active » de La Cantine et de l'association porteuse, Silicon Sentier. Forte implication dans l'association qui permet de s'inscrire dans ses réseaux associés et permettant la création de projets collectifs : création d'entreprises, création de partenariats, création de projet de recherche et développement. La Cantine est alors utilisée comme lieux ressource et support à ces projets. Dès lors que le couple « Silicon Sentier – La Cantine » est utilisé pro activement, on assiste à une forte création de valeur.

4.5 Silicon Sentier détecte, amorce et se diversifie grâce à La Cantine

Détection

Il s'agit sans doute d'un des aspects les plus stimulants pour Silicon Sentier. En étant ancrée territorialement, visible dans l'espace urbain, accessible et lieu de référence pour les acteurs du numérique, La Cantine accueille de multiples événements, réunions et conférences traitant de thématiques technologiques à différents degrés de maturité. Dès lors qu'une thématique émergente est détectée grâce à La Cantine, et lorsqu'elle n'est pas saisie collectivement par les acteurs de l'écosystème, Silicon Sentier s'en empare et organise autour d'elle un « consortium » informel d'acteurs (PME pour la plupart), qui s'attachera à réfléchir à la manière la plus pertinente de traiter cette thématique. Souvent constituées de 8 à 10 individus, ces réunions, organisées sous l'égide du Silicon Sentier permettent à un ensemble d'acteurs de se retrouver collectivement avec le Silicon Sentier en animateur et agent « neutre » de la séance.

Amorçage

C'est le passage de l'idée détectée à sa matérialisation dans l'espace de La Cantine dans le cadre d'événements dédiés (« le printemps du multitouch », « la semaine de la cartographie, cartocube », « les journées de l'entreprise 2.0 » ...), dans la constitution d'associations thématiques dites « sœur » (Social Media Club France, Cleantuesday, Open-Day...), dans l'initiation de projets collaboratifs de recherche et développement.

Silicon Sentier, en associant un ensemble d'entreprises bien identifiées autour de l'idée ou de la thématique détectée, dans un cadre et un format bien précis, permet à chacune d'entre elles de se positionner, de s'entraîner, de monter en compétence et en visibilité dans l'écosystème.

Enfin, l'amorçage par le Silicon Sentier :

- c'est le passage de l'idée à une structure plus ou moins formelle mais collective qui s'en saisit, la traite, la travaille et l'utilise à des fins collectives, le plus souvent à La Cantine
- Ce passage est permis par la mise à disposition de ressources matérielles (espace de travail, événementiel à La Cantine...) et/ou immatérielles issues du Silicon Sentier (compétences, expertises, vision...)

Diversification

L'expérience acquise par le Silicon Sentier dans le cadre du développement d'un espace comme La Cantine a permis à l'association de gagner une légitimité qui aujourd'hui la pousse à être sollicitée :

- par différents acteurs, afin de contribuer à la création et à la gestion d'autres lieux, plus avancés et plus spécialisés, comme une pépinière d'entreprises dans l'établissement public de la ville de Paris, le 104, un «co-hacking space» et un «fablab» à Paris...
- par différents acteurs en régions souhaitant s'équiper d'une Cantine sur leur territoire.

5 Pourquoi d'autres Cantines en régions, et pourquoi des Cantines en réseau ?

Plus de dix d'acteurs de la filière de l'économie numérique implantés dans des métropoles françaises, après avoir eu connaissance de La Cantine parisienne, et pris contact avec les équipes de Silicon Sentier, ont manifesté leur souhait de lieux similaires tout en s'appuyant sur l'expérience de l'association. Cette dynamique a permis la rencontre de ces acteurs porteurs autour d'un projet semblable de lieu, compris comme outil d'animation des réseaux d'acteurs du numérique.

Il en ressort qu'il s'agit essentiellement de partager des modes de travail, des formats d'animation, de mieux collaborer entre territoires pour développer les opportunités et gagner en visibilité, mieux identifier les tendances technologiques et les innovations émergentes.

Autant de raisons qui ont prévalu à la constitution de ce groupe de travail émergent, autour d'acteurs localisés en régions d'Ile-de-France, Bretagne, Pays de la Loire, Poitou-Charentes, Limousin, Midi-Pyrénées, PACA et Champagne-Ardenne.

Ce groupe de travail s'est constitué à l'occasion et en parallèle de cette présente étude financée par la DGCIS sur les caractéristiques du «réseau des Cantines».

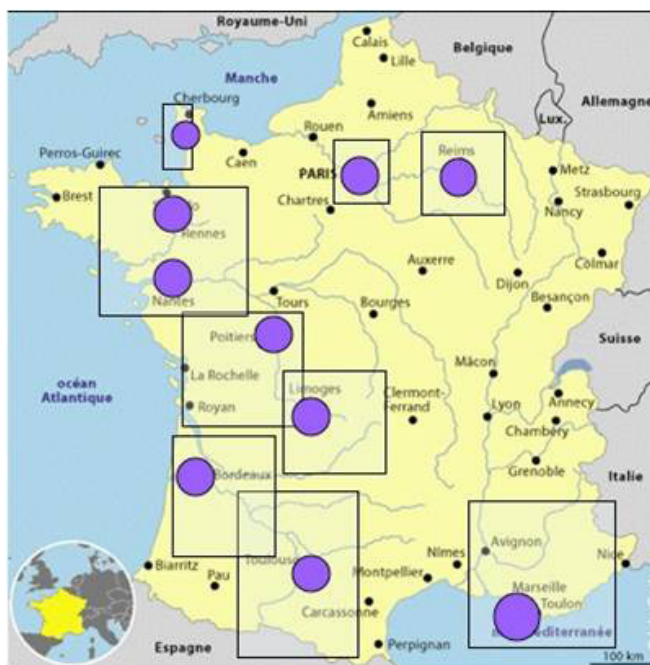
La proposition d'un label « La Cantine » a été retenue lors des discussions individuelles et collectives. Il s'agit d'un signe fort des futurs porteurs témoignant de la volonté de constituer un réseau interterritorial autour des valeurs capitalisées par La Cantine. Plus qu'un label s'inscrivant dans une politique classique de qualité, il s'agit de comprendre le terme de « label » comme un référentiel de valeurs proposé à un ensemble d'initiatives souhaitant retenir l'appellation « La Cantine » pour leur projet de lieu dédié aux réseaux territorialisés d'acteurs du numérique. Ce label n'a pas pour objectif d'être imposé à qui que ce soit, il a vocation à être mis à disposition des porteurs locaux souhaitant s'en saisir et jugeant qu'il constitue un atout, une valeur pour leur projet.

Conjointement à la période de création de La Cantine, d'autres espaces proches en valeur ont ouvert. C'est pourquoi, à l'issue de cette présente étude, nous proposons d'initier un programme opérationnel de travail de 6 mois intitulé qui élaborera la préfiguration de l'association regroupant les cantines françaises.

Sur cette base d'échanges avec chacun des porteurs de projets territoriaux, trois principaux objectifs ont été relevés pour la poursuite de cette collaboration :

- 1) D'une part donner une cohérence, un cadre et une visibilité à ces lieux à travers le label « La Cantine », définissant des règles communes de fonctionnement, des engagements, des valeurs partagées.
- 2) D'autre part maintenir une dynamique forte d'échange entre territoires, sous-tendue par un travail constant de mise en réseau entre différents types de lieu, afin de bénéficier au mieux de l'expérience de chacun, de mutualiser les moyens, la communication et d'encourager les synergies.
- 3) La collaboration doit permettre, par l'émulation des acteurs et des territoires, la création de nouvelles valeurs et tendances inscrites dans une dynamique de plus en plus prégnante, la « tech-culture ».

5.1 Etat d'avancement des projets de Cantine sur les territoires



Cette partie fait état du positionnement et de l'avancement des différents projets régionaux, à partir des entretiens individuels et collectifs réalisés pendant la mission d'étude, et des différents échanges noués avec les équipes de Silicon Sentier ces projets.

Il s'est agi de dresser un portrait type de ces projets en spécifiant :

- leur contexte d'évolution, d'implantation, de portage,
- les objectifs définis par les porteurs,
- les attentes et les besoins des acteurs vis-à-vis des liens et échanges possibles entre le réseau ainsi constitué,
- les difficultés envisagées ou rencontrées à ce stade.

Liste des acteurs rencontrés : Stéphane Distinguin Président de Silicon Sentier, Marie-Vorgan Le Barzic, Directrice de la Cantine, Marie-Noéline Viguier chargée de mission La Cantine, Antonin Torikian, chef de projet La Cantine, Edouard Forzy Président de la Mêlée, Jean-Pierre Bayol Délégué général de la Mêlée, Bernard Marquet chef de projet Innovation Pôle Images et Réseaux, Ludovic Simon Secrétaire général d'Atlantic2.0 Adrien Pogetti, chef de projet Atlantic2.0, François Xavier Leterme Alliance Libre, Hugues Aubin Chargé des TIC à la Ville de Rennes, Stéphane Martayan directeur de la mission TIC de la région PACA, Martine Sousse et Serge Lieutier fondateurs de la Bo[a]te, Catherine Fekrane Toulon Var Technologies, Christian Rey Marseille Innovation, Olivier Echapasse Pôle ICI, Claire Corbel chef de projet Elopsys, Lisa Harel directrice du SPN, Mickaël Ferrec et Bertrand Dujardin présidents du SPN, Michel Cavallé directeur du service TIC de la Région Poitou-Charentes, Patrick Tréguer et Thierry Pasquier de l'espace Mendès France, Morgan Hervé directeur adjoint de Manche Numérique, Bernard Corbineau enseignant-chercheur université Marne la Vallée, Stéphanie Le Gargean Cécile Alvergnat Réseau Echangeur, Augustin Holveck Intrapra Strasbourg, Valérie Mion Agence Régionale de l'innovation Picardie.

Parmi les raisons avancées par les porteurs de projet à la création d'un espace de co-working lié à la filière de l'économie numérique, on note :

- la volonté de renforcer l'identité de la filière TIC et la visibilité des entreprises, créer un lieu physique qui matérialise la filière numérique (aujourd'hui multiforme), et mettre en valeur les acteurs locaux,
- la volonté d'animer la filière « différemment » et dynamiser le développement économique (renforcer les collaborations avec la recherche, faire travailler les entrepreneurs « hors les murs », créer un flux permanent de rencontres, une « mêlée permanente »),
- la volonté de renforcer les transversalités (indispensables dans ce secteur) entre la recherche, le monde de l'entreprise, les publics, le monde associatif, le monde de la culture et de la création ; créer plus de transversalités aussi entre les grands comptes et les PME,
- aider des projets d'envergure à prendre forme entre plusieurs territoires, et mieux faire circuler les idées, les innovations.

Parmi les besoins recensés auprès de ces porteurs pour faire avancer leurs projets, sont ressortis:

- le besoin d'argumentaires pour convaincre les élus et les autres décideurs,
- le besoin de conseils en méthodologie d'animation, reporting d'événements et construction du modèle économique
- le besoin de structurer la dynamique territoriale et inter-territoriale pour renforcer la démarche et favoriser la mutualisation des expériences.

Région Midi-Pyrénées



Porteur principal : l'association « La Mêlée », regroupant environ 350 entreprises.

Partenariats : le Conseil régional Midi-Pyrénées, l'ARDESI, l'OTeN, la ville de Toulouse, le pôle Aerospace Valley, la communauté d'agglomération toulousaine, des établissements de recherche et d'enseignements supérieurs (L'IRIT, le LAAS, l'ONERA, l'ENSEEIT). Dans un deuxième temps, les partenaires possibles de cet espace pourraient être de grands comptes tels que Thalès, Airbus, Alcatel, Cap Gemini.

Les spécificités :

Des interactions fortes avec le secteur de l'aérospatiale via l'ingénierie embarquée, avec le secteur de la santé et des bio-technologies via l'imagerie médicale, enfin avec l'agro-alimentaire et les problématiques de traçabilité des produits alimentaires.

Un partenariat fort avec l'ENSEEIT (école nationale supérieure d'électrotechnique, d'électronique, d'informatique, d'hydraulique et de télécommunications).

L'implantation géographique : centre ville

Les enjeux identifiés, les attentes :

- mieux sensibiliser les PME/TPE aux TIC,
- proposer un lieu de formation et de manifestations, un « after-work »,
- créer de nouvelles formes d'interaction entre les grands comptes et les plus petites entreprises,
- aider les acteurs régionaux à identifier les compétences locales,
- favoriser la collaboration avec d'autres territoires.

Région Pays-de-La-Loire



Porteurs principaux : association Atlantic2.0 (85 sociétés adhérentes) et le pôle de compétitivité « Images et Réseaux » (170 adhérents).

Partenariats : la SEM société d'économie mixte de la Région Pays-de-la-Loire, Nantes Métropole, les associations CENIO (Club des Entreprises Numériques de l'Informatique de l'Ouest), Alliance Libre (promotion et développement des acteurs professionnels du logiciel libre), Olympic (musique actuelle, multimédia, arts numériques), l'école de Design de Nantes, Atlanpole (technopole, incubateur)

Les spécificités :

Un secteur TIC comptant en régions 22 000 emplois et 3000 entreprises.

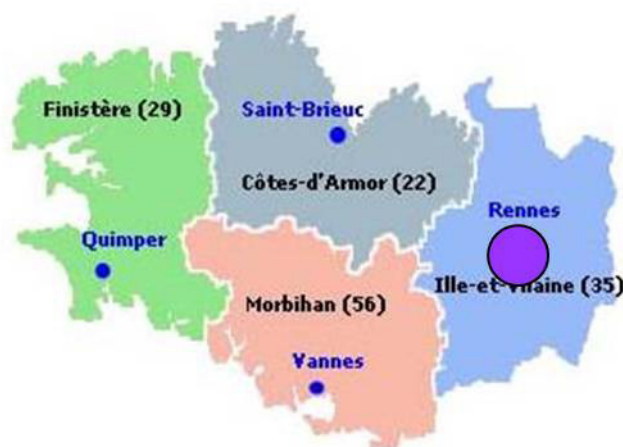
Des spécificités thématiques : domaine du multimédia, graphisme, du design, de la création (industries créatives, quartier de la création, l'Île de Nantes), de la 3D (réalité virtuelle, à Laval, à Nantes), des greentech (pôle végétal), pôle des biotechnologies, de la domotique-robotique, etc.

L'implantation géographique : au centre de la ville de Nantes

Les enjeux identifiés, les attentes

- faire converger l'économie, la recherche et la formation,
- développer la créativité, l'innovation, l'entreprenariat, les collaborations ouvertes,
- renforcer le dynamisme des acteurs de l'innovation numérique dans la région,
- favoriser les croisements de filières et de métiers.

Région Bretagne



Porteurs principaux : le Pôle «Images et Réseaux» (170 adhérents, PME, grands comptes, établissements de recherche), la communauté d'agglomération de Rennes, les associations BUG (promeut les usages de l'internet auprès de tous les publics, Gulliver (groupe d'utilisateurs de logiciels et œuvres libres d'Ille et Vilaine et des environs de Rennes) et Granit (Groupe armoricain en informatique et télécommunications : association des professionnels du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication de la région rennaise, comptant environ 80 adhérents))

Partenariats : La technopole Laval-Mayenne, le syndicat mixte Gigalis, les laboratoires Loustic, Marsouin, l'association MEITO (Association qui a pour mission d'animer et de développer les secteurs de l'électronique, de l'informatique et des télécommunications),

Les spécificités :

dans cette région, il n'y a pas d'association qui se soit portée directement volontaire pour être le porteur et l'animateur principal du projet (à la différence d'Atlantic2.0, la Mêlée Numérique, Silicon Sentier, etc.). Les porteurs principaux sont en train de définir un portage multi-partenarial, en créant une association entre les partenaires impliqués.

Des spécificités thématiques autour du pôle de compétitivité : images et réseaux, audiovisuel, internet du futur, arts numériques, musique.

L'implantation géographique : en centre ville de Rennes

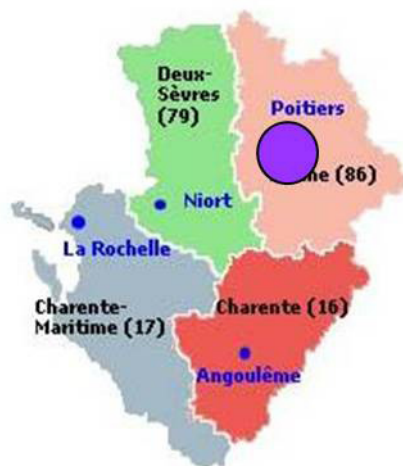
Les enjeux identifiés, les attentes

- mettre en place des lieux conviviaux, dédiés à la rencontre des acteurs du secteur,
- animer territorialement le secteur autour de rencontres, conférences, barcamp, groupes de travail thématique,
- rapprocher les leaders industriels avec les PME/PMI du territoire,
- détecter, amorcer, soutenir les projets émergents,
- proposer un espace de visioconférence.

Concernant ces deux régions Bretagne et Pays-de-la-Loire, il est à noter que l'implication du pôle Images et Réseaux dans les deux projets d'espaces de co-working, à Nantes et Rennes, permet de penser ces derniers en étroite collaboration.

Les projets de Rennes, Toulouse et Nantes constituent aujourd'hui les projets les plus avancés et devraient voir le jour courant 2010. Il est important de signaler que ces lieux seront portés par des associations ou des collectifs d'associations.

Région Poitou-Charentes



Porteurs principaux : le SPN (association d'entrepreneurs numériques sur la région Poitou-Charentes, comprenant environ 70 adhérents).

Partenariats potentiels : La communauté d'agglomération de Poitiers, le Conseil régional Poitou-Charentes, l'espace Mendès-France.

Les spécificités :

le SPN anime la filière des TIC en régions par le biais de rencontres annuelles, d'ateliers thématiques, avec la volonté de donner plus de visibilité à ce secteur et aux acteurs, de faire circuler

L'implantation géographique potentielle: En centre ville, au cœur du pôle multimodal, au-dessus de la gare

Les enjeux identifiés, les attentes

- dynamiser la filière TIC en Poitou-Charentes,
- offrir de la visibilité pour les acteurs,
- favoriser les collaborations croisées avec la recherche,
- offrir un espace de travail et de rencontres aux travailleurs indépendants, aux télé-travailleurs, capter les flux de voyageurs professionnels.

Région Limousin



Porteurs principal : Le pôle de compétitivité en hautes technologies Elopsys (160 entreprises adhérentes dont des grands comptes comme Legrand, Thalès, et beaucoup de PME, des laboratoires de recherche).

Partenariats potentiels : universités et formations supérieures.

Les spécificités :

Des spécificités territoriales : micro-ondes, photonique, réseaux sécurisés, design d'interface qui représentent 75000 emplois, soit 18% de l'emploi industriel régional. Les applications développées par les entreprises d'Elopsys se positionnent sur 6 grands marchés Communications, Technologies de la santé, Mesure et contrôle, Défense, Transports et Domotique, et trois axes majeurs : la distribution et les interfaces Voix Données Images (VDI) • Les réseaux haut-débit sécurisés • Les systèmes de vision et de détection de bas niveau de lumière

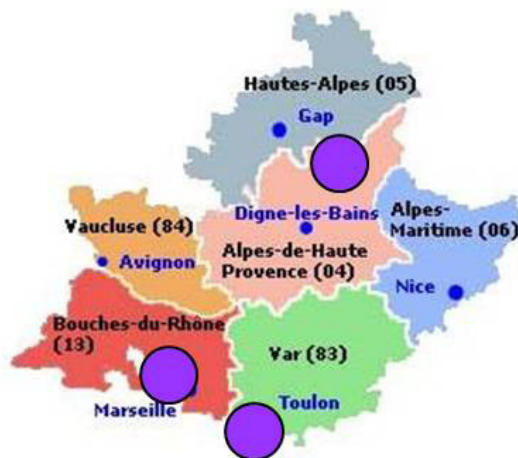
L'implantation géographique potentielle: au sein du pôle de compétitivité, en périphérie de Limoges

Les enjeux identifiés, les attentes

- avoir un lieu de travail et de rencontres entre les secteurs professionnels et le secteur de la formation et de la recherche,
- Favoriser les coopérations inter-régionales, voire internationales.

A Limoges un autre projet d'espace de co-working est en discussion, au sein du centre ville, porté par l'association Aliptic (Association Limousine des Professionnels des Technologies de l'Information et de la Communication).

Région Provence-Alpes-Côte d'Azur



Plusieurs projets sont en discussion en PACA. Une discussion collective a été lancée, à l'initiative de Silicon Sentier et de la FING, lors de la rencontre LIFT2009 à Marseille. Plus de 60 structures (si l'on compte l'ensemble des clusters labélisés) participent en PACA à l'animation du secteur de l'innovation TIC. Le défi principal est donc d'insérer le ou les projets de Cantine dans un environnement le plus incluant et participatif possible, apportant du lien entre les structures et les acteurs.

Acteurs réunis autour des projets de Cantine : la Bo[a]te, Toulon Var Technologies, Marseille Innovation, L'Echangeur LASER, les clusters labélisés « PRIDES », pôle SCS, Méditerranée Technologies, la FING, le réseau des ERIC, la Région PACA

Département de la Manche



Manche Numérique est, avec le club de l'économie numérique et le réseau d'EPN manchois, à l'initiative de cette réflexion dans la Manche. Plutôt qu'un lieu unique, et étant donnée la spécificité géographique de la Manche, il s'agirait de trouver un modèle structurant l'ensemble des équipements existants sur le territoire : plateformes départementales de services aux entreprises, EPN, etc.

Les spécificités thématiques : les technologies sans contact, les greentechologies, les applications machine to machine.

D'autres projets d'espace de co-working de type Cantine sont aussi en discussion dans les villes de Strasbourg, Reims et Bordeaux.

5.2 Le Label « La Cantine »

Le Label « La Cantine » s'applique à des lieux associés à des formes d'animation conçues, dans le champ de l'économie numérique, pour favoriser des processus d'innovation ouverte et ascendante : c'est-à-dire des formes d'innovation prenant appui sur l'observation des usages, et un retour direct des utilisateurs. Un espace labellisé « La Cantine » doit favoriser avant tout la rencontre entre acteurs de la filière de l'économie numérique, le croisement des réseaux, et aider à faire grandir les projets technologiques en adéquation avec les besoins des utilisateurs.

Les mots-clés attachés au label « La Cantine »



Les critères attachés au label

1. Le « lieu » proposé doit pouvoir répondre aux critères suivants et s'appuyer sur une certaine modularité de l'espace (les caractéristiques doivent toutes exister, pas nécessairement dans le même temps mais doivent pouvoir exister sur des temps différents) :
 - un espace de convivialité type café, ouvert et accessible au plus grand nombre,
 - des salles de réunion,
 - des espaces de travail partagé (espace de co-working ouvert à la location),
 - un espace de démonstration de technologies.
2. L'animation sous-jacente au lieu s'appuie sur :
 - une équipe d'animation dédiée (plus d'une personne),
 - une diversité de formats d'animation (conférence, ateliers de travail, Barcamp, petit-déjeuner débat, etc.). Ces modes d'animation doivent favoriser la transversalité des acteurs, le brassage des réseaux et des communautés d'acteurs, de filières professionnelles, l'identification des innovations et tendances technologiques, la rencontre avec les « end-users », etc.),
 - un accompagnement personnalisé des porteurs de projet,
 - une programmation de contenus de qualité,
 - un investissement dans le futur réseau des cantine (pour assurer la circulation des idées, des tendances, des innovations, la collaboration interterritoriale).

3. **Le porteur / l'animateur** du lieu doit être fédérateur faisant prévaloir avant tout l'intérêt général d'une filière et de ses acteurs. Il doit être « légitime », par exemple au regard de son statut ou de son « ancienneté » et représentatif des publics :

- un porteur-animateur « fédérateur », sachant faire vivre la dimension multi-partenariale du lieu,
- faisant valoir l'intérêt général des acteurs économiques de la filière (et non pas d'un seul),
- favorisant le travail de connexion, de mise en réseau des acteurs, des projets, créant le lien entre les acteurs,
- favorisant le travail collaboratif avec le futur réseau des Cantine.

4. **La gouvernance du dispositif**

Autour du projet de Cantine doivent se mettre en place des formes d'organisation des partenaires permettant à cet espace de maintenir ses critères d'éligibilité (ouverture et représentativité des publics):

- rester au croisement des acteurs publics, privés, associatifs, et de garantir ainsi sa représentativité,
- garantir la mise en œuvre et la préservation en continu des valeurs et règles communes de fonctionnement mentionnées à travers les critères du label « La Cantine ».

5. **Les publics attendus et accueillis**

- une grande diversité de publics, représentatifs en tout cas de toute la chaîne de la filière (porteur de projet, chef d'entreprise, développeur, communicant, journaliste, graphiste, designer, chercheur, commerciaux, blogueurs, étudiants etc.)

6. **Le modèle économique** mixte (revenus propres, subventionnements publics, privés, etc.)
Ce modèle économique doit pouvoir s'adapter aux évolutions des différentes natures de flux et d'animation. Il est toutefois recommandé pour garantir l'intérêt général de pouvoir associer des fonds publics.

Les indicateurs d'activité qui sont aussi les outils de suivi de l'activité et des thématiques émergentes:

- un nombre d'événements minimum correspondant aux caractéristiques sociales et économique du territoire concerné,
- une qualification des participants,
- un taux de remplissage atteint (le lieu doit générer du flux),
- un certain nombre de projets accompagnés comprenant un suivi quantitatif et qualitatif,
- une ou plusieurs tendances, des idées fortes à faire ressortir (« cette année, ce sont des technologies tactiles que sont venues les innovations les plus surprenantes... »)

Les droits et devoirs attachés au label

- S'investir dans le futur «réseau des Cantine» en payant une cotisation ou en mettant un service abouti à disposition du réseau correspondant au montant de la cotisation.
- Etre présent dans le cadre des dispositifs de gouvernance, avec un principe, un lieu, une voix.
- Participer et bénéficier d'une programmation tournante (circulation des intervenants, des manifestations, etc.). Chaque Cantine devra proposer au moins un événement par an qui circulera dans le réseau des Cantine.
- Possibilité pour les adhérents de bénéficier d'un droit d'entrée et de services dans chacun des lieux labellisés « La Cantine » en France.
- Faire bénéficier son espace d'une solution de visioconférence qui soit interopérable avec les autres Cantine.

5.3 Une période de préfiguration nécessaire au lancement du réseau

La période de préfiguration décrite ci-dessous est une proposition des acteurs territoriaux ayant des projets les plus matures. Elle nécessite d'être discutée collectivement. Il s'agit avant tout de la comprendre comme une démarche ouverte dont les contours et les thèmes abordés peuvent être redessinés et redéfinis. Nous savons que cette période de préfiguration constituera de fait «le laboratoire» du réseau. Nous savons également qu'entre la proposition aujourd'hui formulée sur le papier et sa réalisation opérationnelle, les objectifs se redéfiniront au fur et à mesure, les manières de travailler s'éprouveront, des difficultés nouvelles apparaîtront, de nouvelles idées émergeront. Il s'agit donc

L'idée du déploiement d'un « label Cantine », qui doit être vu, au sein de la filière de l'économie numérique, comme un moyen d'affirmer des valeurs et des modes de fonctionnement partagés, s'accompagne tout naturellement du besoin de structuration de ces échanges dans le cadre du « réseau » ainsi créé.

Comme évoqué en introduction, la présente mission d'étude a été l'occasion d'approfondir les échanges initiés, au départ spontanément, autour des projets isolés de Cantine, pour aller vers des formes plus structurées de collaboration à long terme.

Dès les premiers échanges, les envies de consolider un réseau interterritorial d'acteurs de la filière du numérique ont été fortement exprimées, relevant à la fois du pragmatisme (besoin de mutualiser les coûts, mutualiser les moyens...) et de la stratégie (renforcer nationalement l'identité de la filière, renforcer territorialement les projets locaux...).

Le comité de pilotage intermédiaire, qui s'est tenu en juillet, a été l'occasion de consolider la dynamique naissante, et de dessiner, avec les acteurs présents, les contours d'un groupe de travail opérationnel dès la fin de la mission d'étude. Ce groupe de travail s'est assigné comme première mission de soutenir les projets naissants de Cantine, par l'effet « réseau », en favorisant les collaborations inter-territoriales, la mutualisation des expériences, et des moyens.

Mais très rapidement, voire parallèlement, le groupe de travail devra réfléchir aux modes d'interaction avec d'autres réseaux existants, qui de fait vont émerger autour de la création des nouveaux lieux.

Objectifs de la collaboration :

- renforcer nationalement l'identité de la filière : en travaillant sur la visibilité et la qualification des spécificités métiers. Chaque région détient des compétences métiers parfois inconnues des autres, et parfois recherchées ailleurs, d'où la nécessité d'apporter plus de visibilité à ces compétences métiers, et à leurs implantations territoriales ;
- rendre visibles les savoir-faire dans le champ de l'innovation numérique : auprès du public-usager, mais aussi auprès des autres secteurs d'activités ;
- favoriser les collaborations inter-territoriales (projet multipartenarial, inter-territorial cf. projets européens ; recherche de compétences spécifiques, circulation des offres d'emploi, etc.) ;
- favoriser la mutualisation de moyens (cf. dispositifs de visio-conférences, outils de reporting partagé, recherche de financements, programmation partagée tournante),
- renforcer les projets locaux de cantine par l'existence d'un collectif national visible et identifié.

Les moyens et outils partagés :

- des outils de reporting partagés pour faciliter le suivi des activités, le retour qualitatif sur les actions menées ;
- une base de données « adhérents » partagée entre les différents dispositifs labellisés Cantine, et associée à un réseau social ;
- une cartographie des compétences métiers, qui pourrait aller jusqu'à une sorte de « place de marché » (offre d'emploi, de stage, de partenariat projets, etc),
- un système de visio-conférence partagé entre les différents espaces.

De manière plus générale, l'ensemble de ces moyens et outils qui seront partagés devront être identifiés et définis dans la phase de 6 mois de préfiguration du réseau.

L'association ad-hoc du réseau:

La manière simple et structurante d'engager ces collaborations passe par la création d'une association ad hoc, dans laquelle chaque projet de Cantine ou lieu labellisé déjà existant pourra être représenté. Les membres pourront élire plusieurs représentants en charge d'assurer le partage des initiatives et des contenus, c'est-à-dire :

- assurer la programmation annuelle partagée, en lien avec les différents lieux labellisés «Cantine» : définition de thèmes communs, partage de certains événements, invitation des intervenants étrangers et logistique, etc. ;
- assurer la bonne circulation de l'information (actualité de chacune des Cantines), et un travail de veille partagée ;
- participer au choix d'outils partagés entre espaces, et à la gestion de leurs maintenances ;
- assurer une veille sur les opportunités d'appel à projets nationaux et européens ;
- venir en soutien aux dispositifs labellisés Cantine pour le montage de dossier, la recherche de financement, etc. ;
- assurer une visibilité et une représentativité auprès des instances nationales ;

L'association pourra être financée à moyen terme par les cotisations des différents dispositifs labellisés, par des subventions spécifiques, du mécénat, du sponsoring privé.

Afin de travailler à la création de cette association et de statuer sur ses fonctionnements et ses missions, en lien avec les différents partenaires, il est nécessaire de mettre en place un « programme de préfiguration du réseau », d'environ 6 mois, permettant au groupe de travail interterritorial de :

1. faire aboutir concrètement son projet de réseau des Cantine,
2. de doter le réseau de premiers outils de travail partagés,
3. de statuer sur les modes de collaboration de ce réseau des Cantine avec d'autres réseaux existants, et de les initier.

Il s'agit d'une étape préalable indispensable à la création de l'association ad hoc, et pour laquelle des soutiens seront nécessaires.

Propositions de mode de gouvernance de l'association ad-hoc du réseau¹⁴:

Chaque lieu labellisé « Cantine » dispose d'une « voix » au sein du comité de gouvernance. Toutes les voix sont égales, afin de respecter une forme d'équité territoriale.

Une rencontre annuelle du comité de gouvernance permet d'élire « le secrétariat général du réseau » pour l'année à venir, soit :

- un président élu pour un an,
- un vice-président qui succède au président en place l'année suivante,
- un secrétaire général : pour commencer le secrétaire pourra être issu d'un des lieux labellisés cantine, puis il pourra à terme être permanent d'une association « Cantine des Cantines ».

Mode d'interactions avec d'autres réseaux existants:

Chaque projet labellisé « Cantine » est l'occasion de créer et fédérer des partenariats spécifiques avec d'autres réseaux associatifs, privés, des organismes de formation supérieure (design, TIC, graphisme), etc. Ainsi très rapidement, au-delà des partenariats créés autour des projets locaux, va se poser la question des modes d'interaction du réseau des lieux labellisés Cantine avec d'autres réseaux. Ces formes de partenariat, d'interaction directe et indirecte avec d'autres, sont gage du dynamisme et de la capacité d'hybridation du réseau des Cantine.

D'ores et déjà apparaît la nécessité de penser des partenariats spécifiques avec d'autres lieux déjà existants (en France par exemple de type Réseaux Echangeur, La Ruche, etc.) ; de même que d'autres espaces proposant par exemple des formes nouvelles de co-working, d'innovation numérique et sociale, de travail collaboratif (par exemple à l'étranger, Londres ou San Francisco pour les lieux de co-working déjà existants).

Par ailleurs, plusieurs types de structures associatives pourront aussi être connectées au réseau des Cantine: les réseaux présents sur la thématique TIC et territoires (la Fing, le réseau des Carrefours des possibles, le réseau Ecoter...), dans le champ des TIC et du développement durable (Acidd), du développement territorial (ETD), dans le champ du design et du graphisme (association des écoles de design...), etc.

¹⁴ Le nom de ce réseau devra être débattu lors de la phase de préfiguration du réseau entre les parties prenantes associées.

Ces modes d'interactions devront être réfléchis et décidés dans le cadre du programme de préfiguration du réseau comme évoqué dans l'encadré introduction à la partie 5.3.

Ce mode d'ouverture transversale et interdisciplinaire doit être constitutif du réseau des Cantine, car c'est cette hybridation qui fera à la fois le dynamisme du réseau, et le cœur des innovations thématiques et méthodologiques à venir. L'enjeu consiste à transformer la dynamique de réseau existante opérant grâce à des relations interpersonnelles fortes en une dynamique réseau opérationnelle, concrète et collective s'appuyant sur un ensemble d'outils, de méthodes, et de moyens mutualisés visant à atteindre les objectifs partagés entre les différents porteurs de Cantine.

Sous réserve des financements correspondants, le groupe de travail rassemblera durant une période de 6 mois les projets de Cantine les plus avancés et devra :

1. Définir les objectifs du réseau et sa stratégie territoriale.
2. Définir le mode d'interaction privilégié avec les réseaux existants, autres organismes, autres dispositifs potentiellement partenaires : collaborations rapprochées, conventions de partenariat, constitution d'un « collège de partenaires », membre du réseau à part entière et éligible au conseil d'administration ...
3. Statuer sur la forme juridique du réseau.
4. Identifier l'ensemble des outils à mutualiser pour rédiger les cahiers des charges techniques correspondant.
5. Engager la création des outils du réseau (portail web, réseau social, support de communication...)
6. Identifier les contenus partageables, échangeables : co-production de contenus (événements), partage de la veille d'innovation technologique et sociale, offre de formation liée à la gestion, l'animation et à l'exploitation d'un co-working space.
7. Lister les financements possibles au regard de la nomenclature nationale et européenne.
8. Prospecter les sponsorings privés et mécénats possibles.
9. Négocier avec les partenaires potentiels au niveau national (équipement, télécom...)
10. Et enfin, définir une stratégie de communication claire et visible.

Ce travail de constitution de réseau pourra s'appuyer également sur une série de conférences ouvertes avec des intervenants de niveau international traitant de sujets en lien avec la mise en réseau des Cantines tels que :

- les nouvelles formes d'organisation du travail et leurs impacts sur les territoires,
- les territoires en réseau, l'inter territorialité,
- les co-working space et l'innovation ascendante,
- ...

Il pourra également s'appuyer sur un voyage d'études dans les principaux co-working spaces américains.

6 Conclusion

Cette présente action constitue un vrai levier à l'analyse d'un mouvement culturel et international, celui des co-working spaces. Peu régulé et très culturellement ancré, le mouvement international des co-working spaces, nous l'avons constaté, se caractérise par son hétérogénéité. Cette action a par ailleurs permis d'identifier les spécificités de La Cantine et la valeur ajoutée produite par Silicon Sentier dans le cadre de cette action.

En 2006/2007, lorsque Silicon Sentier travaillait sur le montage de La Cantine, il était difficile d'imaginer que ce projet remporterait un tel succès. D'abord pensée comme co-working space s'intégrant dans une dynamique culturelle née aux Etats-Unis, La Cantine s'est avérée aussi être un nouveau type de lieu cristallisant et rendant visible les valeurs de la « culture digitale ». Lieu support, éprouvette de l'innovation, espace de répétition et d'incubation pour les acteurs de l'économie numérique, le Silicon Sentier pour son action La Cantine, a su trouver un équilibre entre dynamique partenariale à la fois publique et privée, dynamique marchande et dynamique communautaire. Même si cette dernière doit prédominer, il n'en demeure pas moins que pour exister, le Silicon Sentier a dû construire un modèle économique basé sur des revenus d'exploitation combinés à du financement public.

Aujourd'hui, Silicon Sentier propose grâce à La Cantine, un espace de répétition hyper connecté pour des individus et des collectifs en apprentissage, en amorçage, en croissance souhaitant s'insérer dans une économie numérique, à la fois complexe et accessible. Cette proposition de valeur basée sur un modèle économique stabilisé est en passe d'être réutilisée par les acteurs régionaux souhaitant s'équiper d'espaces similaires.

La naissance de projets en régions, à la fois inspirés du modèle de La Cantine par Silicon Sentier, et à la fois tout à fait spécifiques, du fait des portages associatifs, publics, privés, des ancrages territoriaux, répond aux besoins actuels de soutenir les nouvelles manières de travailler et d'innover ; d'étendre les modes de travail collaboratif au cœur des processus professionnels à tout niveau de la chaîne (R&D, conception, production, évaluation).

Mais le nombre de projets naissants de « cantine » invite aussi à réfléchir à la cohérence et aux points communs de ces différents projets, ainsi qu'aux manières d'étendre les collaborations et synergies interterritoriales.

La présente étude a livré des éléments possibles de structuration, mais qui doivent encore être approfondis, et co-construits dans la durée, par les acteurs concernés. La mise en réseau à l'échelle nationale des Cantine est le nouveau défi à relever. Cette dynamique doit aussi trouver son propre modèle, son fonctionnement et c'est pour cette principale raison qu'une période de préfiguration et d'expérimentation de 6 mois à partir du rendu de cette action est recommandée pour garantir l'émulation territoriale, technologique et économique d'un tel réseau.

Document sous licence Creative Commons
Cette création est mise à disposition selon le Contrat Paternité -
Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 2.0

Contact @ Silicon Sentier :

Dilara Trupia - dilara@siliconsentier.org
Antonin Torikian - antonin@siliconsentier.org
twitter.com/siliconsentier

Contact @ La FING :

Amandine Brugière – abrugiere@fing.org

**Can.
Lo
ne fi**
par Silicon Sentier