

RAPPORT FINAL

RECHERCHE C3

ANALYSE DES NOUVELLES FORMES DE DEVELOPPEMENT DE L'ACTIVITE ECONOMIQUE ET DE LEURS LIENS AU TERRITOIRE

Annexe CR3 2: Les processus d'innovation en Wallonie et leurs liens au territoire (Etude qualitative)



Responsables scientifiques

Pour le LEPUR: Bernard SURLEMONT & Fabrice PIRNAY

Chercheur

Pour le LEPUR : Zineb AOUNI

TABLE DES MATIERES

1. OBJECTIF ET METHODOLOGIE DE L'ETUDE QUALITATIVE :	4
1.1 <i>Les objectifs</i>	4
1.2 <i>La méthodologie</i>	4
2. LES RESULTATS DE L'ETUDE QUALITATIVE	6
2.1 <i>Les résultats des réunions avec les opérateurs économiques (Focus groups)</i>	6
2.1.1 Les critères de choix des projets d'innovation	7
2.1.2 Les recommandations des intervenants pour le développement d'un territoire innovant	9
2.2 <i>Les résultats des entretiens avec les porteurs de projets innovants</i>	10
2.2.1 Le profil des personnes interviewées	10
2.2.2 Les caractéristiques des projets d'innovation	11
2.2.3 La mobilité des porteurs de projets d'innovation	12
2.2.4 La localisation géographique des projets d'innovation	13
2.2.5 Les facteurs d'attractivité territoriale de l'innovation à différent stades du développement du projet	18
2.2.6 Les facteurs d'attractivité résidentielle des porteurs de projets d'innovation	22
3. CONCLUSION :	24

1. OBJECTIF ET METHODOLOGIE DE L'ETUDE QUALITATIVE :

1.1 LES OBJECTIFS

La théorie du capital créatif suggère que la concentration de la classe créative, c'est-à-dire des individus qui exercent une profession créative (voir la liste de ces professions en annexe), est une source d'innovation et de développement économique régional. Néanmoins, très peu de connaissances ont été apportées concernant le « comment » de l'innovation. Comment la classe créative favorise-t-elle l'innovation? en quoi la proximité géographique d'individus créatifs est-elle source d'innovation ?

Au delà des **facteurs d'attractivité** de la classe créative sur le territoire, la présente étude qualitative a pour objectif de mettre en évidence **les facteurs favorables à l'innovation** (identifiée comme un moteur essentiel de la compétitivité territoriale), dans le contexte spécifique qui est celui de la Wallonie. Plus particulièrement, la présente étude s'intéresse aux facteurs qui peuvent être favorisés par des politiques d'aménagement du territoire.

Pour atteindre cet objectif, la présente étude qualitative s'intéresse aux individus qui s'inscrivent dans un processus d'innovation, en région wallonne, afin de mettre en évidence les dynamiques territoriales, les « **connections** » et les « **collaborations** » qui ont favorisé la transmission de l'information et des connaissances utiles pour l'innovation. Il s'agit de s'interroger sur les interactions effectives qui ont eu lieu en région wallonne pour permettre l'émergence de projets d'innovation.

Plus particulièrement, la présente étude cherche à identifier les proximités (géographique, cognitive, organisationnelle ou autres) qui sont favorables à l'innovation en région wallonne. Il s'agit plus particulièrement de comprendre le rôle de la proximité géographique de la classe créative dans un contexte où se développent de nouvelles activités productives tertiaires (activités innovantes de services aux entreprises, activités créatives...) et où de nouveaux usages professionnels sont permis par les TIC (télétravail, nomadisme professionnel, ...). Plus particulièrement, il s'agit de mettre en évidence les « outils territoriaux » qui ont favorisé le réseautage des individus qui s'inscrivent dans un processus d'innovation (centres de co-working ou autres).

1.2 LA METHODOLOGIE

L'étude qualitative comporte trois phases :

- (1) Des réunions (sous la forme de focus groups) avec les opérateurs et acteurs de l'innovation et du développement économique régional (Centres d'Entreprises et d'Innovation, etc.), les acteurs de l'économie de la créativité (ID Campus, Wallonie design, structures de co-working, incubateurs, structures de financement, etc.) et les acteurs de l'aménagement du territoire (intercommunales). L'objectif est de:

- faire émerger une représentation commune des notions d'innovation et de territoire innovant du point de vue des participants. La représentation de la notion d'innovation peut effectivement être différente selon les territoires et influencer par conséquent collectivement les politiques de développement économique et de structuration des territoires innovants (Voir Muriel Le Roux, historienne de l'innovation).
 - identifier les attentes, les besoins et les difficultés, du point de vue des participants, pour la production et la transmission des connaissances utiles à l'innovation et plus globalement pour le développement d'un "territoire innovant".
- (2) Des interviews en face à face avec des individus qui s'inscrivent dans un processus d'innovation selon la définition retenue lors des réunions avec les opérateurs et acteurs économiques. L'objectif est de mettre en évidence :
- les sources de connaissances qui ont été à la base de l'innovation: des savoirs scientifiques, des connaissances technologiques, un besoin sur un marché, etc.
 - Le rôle de la classe créative dans la transmission de ces connaissances : le rôle du core créatif (le personnel universitaire, ingénieurs, architectes, etc.), des professionnels de la création (dirigeants d'entreprises, cadres supérieurs, etc.) et des bohèmes (artistes, photographes, etc.).
 - Les formes de proximités (géographique, cognitive, organisationnelle ou autres) que les porteurs de projets innovants ont privilégié pour initier et développer leur projet d'innovation;
 - les voies privilégiées pour le partage de l'information dans le cadre de projets d'innovation (réunions formelles, rencontres informelles, conférences ou autres.) ;
 - les facteurs d'attractivité des projets d'innovation et le rôle de la présence de la classe créative et autres facteurs suggérés par la théorie du capital créatif (un climat de tolérance, la technologie, la densité, les talents, etc.) ;
 - Les comportements des porteurs de projets innovants en terme de mobilité (télétravail, collaborations dans des espaces de travail partagés, etc.). L'objectif est de comprendre en quoi le développement d'un territoire innovant est-il menacé ou au contraire favorisé par le développement de nouvelles méthodes de travail facilitées par les TIC (télétravail, nomadisme professionnel, travail collaboratif à distance, etc.).
- (3) Une dernière réunion (sous la forme d'un focus group « miroir ») réunira les acteurs de l'aménagement du territoire (intercommunales) et des chercheurs dans le domaine du développement territorial afin de réfléchir aux implications de l'étude qualitative en matière de développement territorial.

2. LES RESULTATS DE L'ETUDE QUALITATIVE

2.1 LES REUNIONS AVEC LES OPERATEURS ECONOMIQUES (FOCUS GROUPS)

41 opérateurs économiques et de l'aménagement du territoire ont été sollicités pour participer au focus group et près de la moitié (21) a répondu favorablement à cette demande. Parmi ceux-là, 7 sont des acteurs de l'aménagement du territoire (intercommunales), 7 des acteurs de l'animation économique et sociale (CEEI) et 7 acteurs de la créativité (ID Campus, Wallonie design, PSGO, etc.).

En tenant compte des disponibilités des personnes intéressées, trois focus groups ont été organisés : les deux premiers à Liège (les 20 et 27 juin 2012) et le dernier à Mons (le 11 juillet 2012).

L'objectif de ces réunions a été de présenter l'étude aux acteurs concernés par l'aménagement du territoire et le développement économique régional, de les impliquer dans le repérage des porteurs de projets d'innovation à interviewer et de tenir compte de leurs attentes par rapport à l'étude en cours.

Le repérage des individus inscrits dans un processus d'innovation suppose de partager une représentation collective de cette notion, afin d'interroger un public cohérent et homogène de porteurs de projet. En effet, la notion d'innovation fait l'objet de nombreuses interprétations aussi bien dans le monde académique que dans les politiques de développement économique et territorial. Selon Muriel Le Roux, historienne de l'innovation, la représentation de cette notion a non seulement évolué au cours du temps mais également selon les territoires. Ces représentations ont par conséquent influencé collectivement les politiques de développement économique et de structuration des territoires innovants.

Un premier objectif recherché lors des focus groups a été, par conséquent, de faire émerger une représentation communément partagée de la notion d'innovation, qui permettra d'identifier un public homogène de porteurs de projet d'innovation à interroger (section 2.1.1).

A partir de cette définition, un deuxième objectif de ces réunions a été de récolter les avis, besoins, attentes, et difficultés, identifiés pour le développement d'un "territoire innovant" en Région Wallonne (2.1.2).

2.1.1 Une représentation de l'innovation et critères de choix des projets d'innovation

Selon les participants aux focus groups, un projet innovant est bien entendu un projet « nouveau et original ». Une innovation doit apporter une nouveauté, comporter une originalité, un élément de différenciation par rapport à ce qui existe déjà.

Néanmoins, au fur et à mesure des interventions, des divergences sont apparues dans la représentation des participants à propos du « type de nouveauté » qu'un projet d'innovation doit apporter (a), la « forme » que pourra prendre cette nouveauté (b), la « spécificité sectorielle » de l'innovation (c) et les finalités qui doivent être visées par ces projets (d) pour être qualifiés de tels.

a) Les caractéristiques de « la nouveauté » apportée

Selon les participants au focus group, une innovation ne doit pas nécessairement apporter une nouveauté au monde, ni consister en une rupture par rapport à ce qui existe déjà, mais simplement apporter une nouveauté par rapport au marché (ou à la communauté) à laquelle l'innovation s'adresse.

L'innovation ne se limite pas à l'innovation radicale qui peut avoir un impact significatif sur le marché ou sur l'activité économique globale (telles que l'introduction d'internet, la découverte d'une nouvelle molécule, ou autres). L'innovation peut concerner les innovations incrémentales ou progressives qui permettent, entre autres, la diffusion ou l'exploitation des innovations radicales.

b) Les formes de « nouveautés » introduites

Selon les participants aux focus groups, l'innovation peut concerner :

- le développement de nouveaux produits, services ou nouveaux concepts (« innovations produit ou service »). Ces produits ou services peuvent être à haut ou à faible contenu technologique;
- la mise en place de nouveaux processus de fabrication qui permettent l'amélioration de produits, de concepts ou de projets connus ou traditionnels (« innovation procédé»), tels que la fabrication d'un ipad avec d'autres composantes par exemple ;
- la mise en place de nouvelles méthodes d'organisation, de marketing ou de commercialisation, de réalisation du business plan, etc. (« innovations méthodologiques ») ;

c) Spécificité sectorielle de l'innovation

Une discussion a animé les participants au premier focus group concernant la spécificité sectorielle de l'innovation. En d'autres termes, l'innovation est-elle réservée à certains secteurs d'activité (le secteur des TIC, biotechnologie, secteur artistique, culturel, etc.) ? Sinon, peut-on considérer que tout projet dans certains secteurs est « par nature » innovant ? Peut-on considérer par exemple que le critère de la « nouveauté » est respecté quel que soit le projet artistique ou culturel (puisqu'un spectacle, par exemple ; est forcément nouveau par rapport à ce qui existe déjà) ?

Au fur et à mesure des discussions, les participants ont convenu que l'innovation n'est pas spécifique à certains secteurs et qu'un projet dans le secteur artistique (spectacle, pièce théâtrale, prestation musicale, etc.), par exemple, ne peut être considéré comme innovant que lorsqu'il intègre une nouveauté ou une originalité par rapport à ce qui existe déjà (tel que le cirque du soleil par exemple, qui a réussi à se différencier par rapport aux autres cirques et activités culturelles concurrentes).

d) Les finalités des projets d'innovation

Selon les participants, la finalité de l'innovation est la « création de valeur ».

Néanmoins, deux points de vue se sont croisés :

- La finalité des processus d'innovation est exclusivement la création d'une valeur marchande/commerciale (un bénéfice qui émane d'une vente à un prix supérieur au coût de revient) ;
- La finalité des processus d'innovation peut concerner également la création d'une valeur non marchande telle qu'une valeur sociétale (un bien-être sociétal par exemple).

Tandis que le premier focus group a retenu une acceptation assez large de la plus-value attendue des processus d'innovation (une plus-value commerciale, sociétale ou autre), les deux derniers focus groups ont limité la finalité des processus d'innovation à la création d'une plus-value commerciale. Selon les participants à ces deux derniers focus groups, une innovation qui ne permet pas dégager une plus value marchande (un prix supérieur au coût de revient) n'est pas une innovation. L'un des participants précisera que tant qu'il n'y aura pas de création de valeur (marchande), on ne pourra pas parler d'innovation mais plutôt d'une invention.

Une participante qui partage ce point de vue précisera que ;

« Une innovation doit pouvoir être rentable c'est-à-dire être vendue pour dégager un prix supérieur au coût de production ».

L'argument avancé par les participants à ces deux derniers focus groups est que la région wallonne gagnerait (vu son déficit de croissance et les objectifs qu'elle s'est fixée à l'horizon 2020), à se focaliser sur une finalité économique. Les innovations qui n'ont pas une finalité commerciale mais qui permettent un développement social de la région sont plutôt considérées comme des **facteurs indirects de développement économique d'une région**.

Le développement social de la région est effectivement identifié comme un facteur favorable au développement économique régional et non pas comme une finalité recherchée dans les politiques d'innovation.

C'est ainsi qu'une participante au troisième focus group précisera :

« Il est évident que quelqu'un qui se sent bien dans une région est source potentielle d'innovation. Il ne faut cependant pas perdre de vue que la finalité recherchée est la création d'une plus value commerciale (quelque chose qui peut se monnayer et qui peut avoir une plus value financière) ».

Selon certains participants, la finalité des processus d'innovation peut être, en plus de la création d'une plus-value marchande, orientée vers la création d'une valeur sociétale, environnementale et/ou culturelle.

2.1.2 Les recommandations des intervenants pour le développement d'un territoire innovant

Parmi les éléments constitutifs du milieu innovateur, les participants aux focus groups ont identifié plusieurs facteurs qui peuvent être regroupés en trois catégories :

1. Les facteurs qui permettent la formation d'individus « innovateurs », capables d'initier et de mettre en œuvre des projets d'innovation : les universités, les centres de formation spécialisés, etc. capables de développer des savoir-faire techniques, la créativité, des compétences commerciales et organisationnelles.
2. Les facteurs qui permettent d'attirer des individus « innovateurs » sur le territoire : il s'agit plus particulièrement de la capacité du milieu à attirer et à retenir des compétences commerciales et organisationnelles capables de mettre sur le marché des projets d'innovation (Profil de Business Development Managers).
3. Les facteurs qui permettent la mise en réseau de ces individus sur le territoire : il s'agit des initiatives qui permettent de faire rencontrer des individus d'horizons différents : des créatifs, des inventeurs et des personnes ayant des sphères sociocognitives différentes (ingénieurs, artistes, psychologues, IT, etc.) pour l'échange et le partage d'informations et de connaissances utiles à l'innovation.

Il s'agit également des initiatives et de projets qui encouragent des collaborations entre les entreprises, les centres de recherches et les universités.

Par ailleurs, au-delà de l'importance de ces éléments, les participants aux focus groups ont insisté sur la dynamique du milieu et sur l'importance de la cohérence et de la cohésion des acteurs présents sur le territoire pour la réalisation d'un objectif commun.

2.2 LES RESULTATS DES ENTRETIENS AVEC LES PORTEURS DE PROJETS D'INNOVATION

A partir d'une définition partagée de la notion d'innovation, certains participants¹ aux focus groups ont recommandé de rencontrer 45 porteurs de projets d'innovation. Parmi ceux-là, 30 ont été contactés pour convenir d'une entrevue et 22 ont répondu positivement à cette demande.

Les entretiens en eu lieu entre septembre 2012 et janvier 2013. Chaque entretien a duré plus ou moins deux heures et la plupart des entretiens ont été enregistrés et retranscrits.

2.2.1 Le profil des personnes interviewées

Les personnes interrogées sont :

- **Des talents** : toutes les personnes interrogées ont un diplôme d'enseignement supérieur, pour la plupart de type universitaire.
- **Des créatifs** : avant de lancer leur projet d'innovation, toutes les personnes interrogées, sauf une qui avait innové directement après ses études, exerçaient une profession créative. Parmi les personnes créatives, plupart appartiennent à la catégorie des « professionnels de la création » (15 cas parmi 21) en étant soit des consultants indépendants, des dirigeants d'entreprises ou des cadres supérieurs d'entreprises ; 5 appartenaient à la catégorie « noyau créatif », en exerçant leur profession en tant qu'ingénieur ou chercheur et un dernier appartenait à la catégorie des « Bohêmes » en étant designer.
- **Relativement jeunes** : La majorité des personnes interviewées ont moins de 45 ans (15 parmi 22) : 2 ont moins de 30 ans, 6 ont entre 30 et 40 ans, 9 entre 40 et 50 ans et seules 5 sont âgées de plus de 50 ans. L'âge moyen des personnes interrogées est de 43 ans, le plus jeune ayant 25 ans et le plus âgé 62 ans.
- **Originaires de Wallonie** : toutes les personnes interrogées (qui ont lancé un projet d'innovation en Wallonie), sont originaires de Wallonie, sauf une qui est originaire de Flandre.
- **Des hommes** : 19 parmi les 22 personnes interrogées sont des hommes.

¹ Il s'agit du CEEI de Liège (CiDE-SOCRAN), le CEEI de Louvain la Neuve (ID), l'ASBL Innovatech, l'intercommunale du Brabant Wallon (IBW), l'incubateur de Liège (WSL), l'intercommunale de Namur (BEP), le centre de co-working de Liège

2.2.2 Les caractéristiques des projets d'innovation

Les projets d'innovation portés par les personnes interviewées sont principalement :

- **Des projets en Région Wallonne** : les projets d'innovation sont situés dans différentes provinces de Wallonie : 4 dans la province du Hainaut, 4 dans la province du Luxembourg, 4 dans la province du Brabant Wallon, 8 dans la province de Liège et 2 dans la province de Namur.
- **Des projets récents** : tous les projets d'innovation, hormis un, ont été initiés après les années 2000. Parmi ceux-là, près de la moitié (10 parmi 21) a été initié il y a moins de 3 ans (depuis 2010).
- **Des projets à l'origine de la création d'une entreprise** : Parmi les personnes interviewées, la plupart ont créé une entreprise pour exploiter l'innovation (20 parmi 22). Seules 2 projets d'innovation ont été lancés à l'intérieur d'entreprises existantes, sans donner lieu à la création d'une nouvelle organisation. Ces deux projets d'innovation « internes » à une organisation existante ont eu lieu dans des petites structures (moins de 20 salariés), qui ont été reprises par la personne interviewée soit à l'occasion d'une succession familiale ou d'un MBO². Parmi les 20 entreprises créées, 14 sont des sociétés indépendantes, 4 sont des spin-offs³ universitaires issues de la recherche scientifique et 2 sont des spin-out⁴ qui ont exploité les résultats de recherches initiées par une entreprise existante (qui était également dirigée par la personne interviewée).
- **Des projets à l'origine de la création d'entreprises de très petites tailles** : Les 20 entreprises créées sont de très petite taille. Hormis deux entreprises créées en 2003 et en 2004, qui occupent plus ou moins 20 employés chacune, aucune entreprise ne dépasse le seuil des 5 employés. De plus, toutes les entreprises créées en 2011 et en 2012 n'emploient toujours aucun salarié.
- **Des projets dans des secteurs industriels, les NTIC et le service aux entreprises** : près de la moitié des projets d'innovation (10 parmi 22) concernent la fabrication, la transformation ou l'assemblage de produits industriels (système d'éclairage industriel au LED, revêtement de métaux anti-abrasifs diamantés au laser, extraction d'huile de Colza, systèmes de chauffage par le sol, piscines en bois, etc.). Parmi ces entreprises, certaines ont choisi de sous-traiter la fabrication pour se concentrer sur les activités de développement et de recherche de partenaires pour la commercialisation. Outre ces entreprises à caractère, plus ou moins industriel, plusieurs projets d'innovation concernent le secteur des nouvelles technologies de l'information et des la communication (6 projets parmi 22) ou le secteur du service aux entreprises (5 projets parmi 22). Seul un projet parmi 22 concerne le secteur du design.

² MBO : Management Buy Out : reprise d'une entreprise par ses employés

³ Spin-off : une entreprise qui valorise les résultats de recherche d'un laboratoire universitaire ou public.

⁴ Spin-out : une entreprise qui valorise les résultats de recherche d'une entreprise existante.

- **Des projets à haut contenu technologique :** Parmi les projets d'innovation, la plupart (13 parmi 22) sont des projets à haut contenu technologique, y compris ceux qui concernent des secteurs industriels. Il s'agit par exemple de projet de fabrication d'un GPS pour avion, d'une table chirurgicale digitale pour vétérinaires, un système de transmission d'hélicoptère, etc.). Certains projets sont à haut contenu scientifique (4 parmi 22) puisqu'ils se basent sur des connaissances scientifiques pour commercialiser un produit ou un service. D'autres projets sont plutôt des innovations méthodologiques (3 parmi 22), qui consistent par exemple en une nouvelle méthode de gestion de l'innovation, un nouveau circuit pour la distribution de l'électricité ou un nouveau procédé de macération de fruits. 7 projets d'innovation parmi 22 sont à faible contenu technologique (un centre de bien-être, des piscines en bois, une maison d'édition pour designers, etc.) et un seul est un projet de design (création de lampes design).

2.2.3 La mobilité des porteurs de projets d'innovation

Avant d'initier le projet d'innovation, toutes les personnes interrogées qui avaient une expérience professionnelle préalable (21 cas), exerçaient une profession créative.

Avant d'initier leurs projets d'innovation, la plupart (13 parmi 21) de ces individus créatifs travaillaient dans une province différente de leur lieu de résidence⁵, voire même, dans un pays différent.

Province de résidence	Province de travail							Total
	Brabant	Bruxelles	Hainaut	Liège	Luxembourg	Belgique	Etranger	
Brabant Wallon			1					1
Bruxelles						1		1
Flandre				1				1
Hainaut		2					1	3
Liège	1					1	1	3
Luxembourg							1	1
Namur		1		1	1			3
Total	1	3	1	2	1	2	3	13

Cette distanciation entre le lieu de résidence et le lieu de travail, vraisemblablement prédominante chez la classe créative interviewée, conforte les résultats de l'étude quantitative (voir chapitre 1 de la présente étude), qui mettaient déjà en évidence la spécificité de la classe créative en Belgique en terme de mobilité.

En effet, rappelons-le, dans des études similaires réalisées dans d'autres régions d'Amérique et d'Europe, il est pris comme postulats de départ que la classe créative habite et travaille dans la même région (voir par exemple Boschma et Fritsch, 2009), ce qui n'est vraisemblablement pas le cas en Région Wallonne, et plus particulièrement si les données sont analysées à l'échelle des provinces.

⁵ Concernant les consultants indépendants qui intervenaient chez différents clients, le lieu de travail a été identifié globalement comme étant le Belgique. Lorsque le travail de consultance est réalisé chez un seul client, le lieu de travail est identifiée comme étant la province du client.

2.2.4 Les facteurs de choix de localisation des projets d'innovation

Afin de mettre en évidence les facteurs d'attractivité des projets d'innovation sur le territoire wallon, les personnes interviewées, qui ont créé une entreprise pour le lancement de leur projets d'innovation (20 cas parmi 22)⁶, ont été questionnées à propos des critères qui ont influencé le choix de la localisation de l'entreprise.

Les résultats des entretiens ont permis de constater que **les facteurs d'attractivité du projet d'innovation peuvent être différents selon le stade de développement du projet.**

En effet, certains porteurs de projets avaient changé la localisation de l'entreprise lorsque le projet d'innovation avait atteint une phase de commercialisation ou lorsque l'entreprise était entrée dans une phase d'innovation répétée, c'est-à-dire une phase de lancement de nouveaux projets d'innovation. A ces différents stades de développement du projet d'innovation, il a été constaté que les critères de choix de la localisation de l'entreprise étaient différents.

Afin de mettre en évidence ces différences, les données qualitatives ont ainsi été analysées à trois moments clés du développement du projet :

- (a) le moment du lancement du projet d'innovation et de la création de l'entreprise;
- (b) le moment de la commercialisation de l'innovation et d'un éventuel changement de localisation de l'entreprise ;
- (c) la phase de formalisation (effective ou envisagée) du processus d'innovation répétée.

a) les facteurs d'attractivité au lancement du projet d'innovation

Au moment du lancement du projet d'innovation, dans la plupart des cas (10 parmi 20), la localisation de l'entreprise n'était autre que **le lieu de résidence du porteur de projet** d'innovation. De plus, dans la moitié de ces cas (5 parmi 10), le lieu de résidence correspondait déjà à l'adresse d'une activité de consultance exercée par le porteur de projet d'innovation avant le lancement de son projet (voir tableau ci-après).

Au moment de la création	Profession préalable						Total
	Cadre entrepri	Chercheur	Entrepreneur	Designer	Consultant	sans	
Domicile	5					5	10
Centre de recherche	1	3					4
Hors zoning	1		1	1			3
Smart work center						1	1
ZAE			2				2
Total	8	3	2	1	1	1	20

Concernant les deux autres porteurs de projet interrogés qui ont lancé le projet d'innovation à l'intérieur d'une entreprise existante, il s'agit d'entrepreneurs qui avaient repris auparavant soit l'entreprise familiale soit l'entreprise dans laquelle ils travaillaient au préalable et qui avaient lancé un projet d'innovation à l'intérieur de celles-ci. Pour ces deux porteurs de projets interrogés, aucune décision ne devait être prise ni par rapport à la localisation de l'entreprise rachetée ni par rapport à la localisation du projet d'innovation. Ces deux entrepreneurs n'ont de ce fait pas été questionnés par rapport aux facteurs d'attractivité territoriale de leur projet d'innovation.

Ces porteurs de projet qui ont privilégié le lieu de résidence comme localisation de l'entreprise au moment de sa création, ont justifié ce choix principalement par des raisons d'économie de coûts que représenterait la location de bureaux et les pertes de temps dans les déplacements, jugés inutiles lorsque le projet est dans ses premières phases de développement.

Lorsque l'emplacement de l'entreprise à la création n'était pas le lieu de résidence du porteur du projet (10 cas parmi 20), l'entreprise était située, soit :

- dans une zone d'activité économique (ZAE) ou dans un bâtiment indépendant hors zoning (5 cas parmi 10) : Il s'agit des projets d'innovation qui sont soit dépendants du local pour l'exercice de l'activité (le cas du centre de bien-être, par exemple), soit des projets qui nécessitent de disposer d'un atelier de production pour leur développement (le cas du projet d'extraction de l'huile de Colza ou celui de fabrication de lampes designs), soit de projets qui exploitent les résultats de recherche d'une entreprise existante via la création d'une spin-out. Dans ce dernier cas, la localisation de la spin-out n'est autre que les bâtiments de l'entreprise mère (les cas du projet de revêtement laser, de la plateforme d'apprentissage du golf ou de l'extraction de l'huile de colza);
- dans un centre de recherche (4 cas parmi 10) : il s'agit des spin-off universitaires qui sont issues de ces centres de recherche. Ce choix est principalement justifié par la disponibilité dans le centre de recherche universitaire d'équipements nécessaires au développement du projet et dans certains cas, par la proximité de personnels qualifiés. Une personne interrogée dira à ce propos qu'elle y reste parce que : « *les échanges sont très constructifs au sein du centre de recherche* ».
- dans un Smart Work Center (un cas parmi 10): C'est le cas d'un entrepreneur qui a lancé son projet d'innovation directement après ses études. Ce porteur de projet a privilégié cette localisation pour la spécialisation du Smart Work Center (Galaxia) dans les applications spatiales et pour sa proximité d'une organisation leader dans le domaine spatial (la station ESA de Redu).

Concernant ces entreprises dont la première localisation n'est pas le domicile du porteur du projet (10 cas parmi 20), il est constaté que dans la plupart des cas (8 parmi 10), ces entreprises sont, malgré tout, **situées dans la province du lieu de résidence** du porteur du projet d'innovation (6 cas parmi 8), ou de l'un de ses associés (2 cas parmi 8).

Lancement projet innovation	Province résidence			Total
	Même province	Même province ass	Autre province	
Centre de recherche	2	2		4
Hors zoning	2		1	3
Smart work center			1	1
ZAE	2			2
Total	6	2	2	10

Dans ces cas, le choix de la province est soit directement justifié par la proximité du lieu de résidence du porteur du projet ou de son associé, soit indirectement par des raisons qui ont joué un rôle dans l'attractivité résidentielle du porteur du projet (telles que le fait d'être originaire de la province, la proximité de la famille, l'attachement à la province, le sentiment d'être dans un environnement connu, l'importance du réseaux, etc.) soit par des raisons qui sont la conséquence de la localisation résidentielle du projet dans la province (telles que l'exercice dans la même province d'une activité entrepreneuriale (une ferme ou une entreprise par exemple), d'une activité de recherche, etc.).

A l'intérieur de la province du lieu de résidence du porteur du projet (ou de son associé), le choix de la localisation de l'entreprise répond ensuite à des critères d'optimisation de coûts (en termes de prix des locaux et de distance par rapport au lieu de résidence), de facilité d'accès (proximité des axes autoroutiers, accès en transports en commun, etc.) et parfois en référence à l'image de la zone tenant compte de la nature de l'activité poursuivie (une image rurale par exemple pour l'activité d'extraction de l'huile de Colza).

Concernant les rares projets d'innovation (2 parmi 20) qui se sont implantées dès la création de l'entreprise dans une province distante du lieu de résidence du porteur du projet ou de l'un de ses associés, la principale raison de cette distanciation est **la proximité immédiate (dans le même bâtiment) d'entreprises avec lesquels il est possible de nouer des collaborations pour le développement du projet d'innovation.**

Il s'agit du cas du porteur du projet qui s'est implanté dès la création de l'entreprise dans le Smart Work Center (Galaxia) et du designer qui a choisi comme localisation de l'entreprise un atelier partagé avec d'autres designers et amis avec lesquels il avait collaboré dans le cadre d'une expérience entrepreneuriale préalable.

Il est ainsi possible de conclure que hormis quelques exceptions (2 parmi 20), les facteurs d'attractivité du projet d'innovation en Wallonie, dans ses premières phases de développement, sont principalement liés à **la proximité géographique du lieu de résidence du porteur du projet (ou de l'un de ses associés).** En effet, lorsque le projet d'innovation n'est pas directement implanté dans le domicile du porteur du projet ou de l'un de ses associés, il est le plus souvent situé dans la même province!!

L'hypothèse avancée par la théorie du capital créatif selon laquelle ce sont les individus qui attirent l'innovation sur le territoire et non pas l'inverse, semble se confirmer en Wallonie. En effet, à l'échelle des provinces wallonnes, ce sont les individus, porteurs de projets d'innovation, qui ont attiré les projets l'innovation dans la province de leur lieu de résidence et non pas l'inverse !!

Néanmoins au delà de ces facteurs d'attractivité résidentiels, un élément a joué un rôle dans l'attractivité des projet d'innovation en dehors de la province du lieu de résidence du porteur du projet : il s'agit de la proximité géographique immédiate (dans le même bâtiment) d'entreprises spécialisées (proximité cognitive et parfois amis) avec lesquels il est possible de nouer des collaborations.

b) La phase de commercialisation de l'innovation et éventuel déménagement

Le changement de la localisation géographique des projets d'innovation

Près de la moitié (9 parmi 20) des entreprises créées ont changé de localisation entre le moment de la création de l'entreprise et le moment de l'interview. Il s'agit pour la plupart (7 cas parmi 9) d'entreprises qui étaient localisées, au moment de la création, au domicile du porteur du projet d'innovation (voir tableau).

Au moment de la création	Changement de localisation			Même local
	Même province	Autre province	Total	
Centre de recherche		1	1	3
Domicile	3		3	2
Hors zoning		1	1	2
Smart work center			0	1
ZAE			0	2
Domicile (activité de consultant)	3	1	4	1
Total	6	3	9	11

La plupart de ces entreprises ont changé de localisation au moment où le projet devenait un peu plus abouti (plus « mûr ») et soit

qu'ils avaient besoin de recruter du personnel (6 cas sur 9), soit que le projet n'était plus dépendant pour son développement de la société mère dont il était issu (1 cas sur 9). Néanmoins parmi les entreprises qui ont changé de localisation, un entrepreneur avait décidé de louer un nouveau local pour des raisons personnelles (pour des raisons d'hygiène de vie).

Parmi ces entreprises qui ont changé de localisation (9 parmi 20), les deux tiers (6) sont restées dans la même province, deux ont changé de province et un porteur de projet a créé une filiale dans une province différente.

Concernant les entreprises qui n'ont pas changé de localisation, il s'agit principalement de celles qui ont été créée après 2010 (7 parmi 11).

c) La localisation géographique des projets d'innovation au moment de l'interview

Au moment de l'interview, seules 3 entreprises étaient toujours situées dans le domicile du porteur du projet. Il s'agit d'entreprises très récentes, qui ont eu lieu après 2010.

RECHERCHE C3 - ANALYSE DES NOUVELLES FORMES DE DEVELOPPEMENT DE
L'ACTIVITE ECONOMIQUE ET DE LEURS LIENS AU TERRITOIRE

L'essentiel des autres entreprises est localisé dans une zone d'activité économique (ZAE), des centres de recherche, des Smart Work Center ou dans un espace de coworking (voir tableau).

Localisation	Année de création			Total
	2000 - 2005	2005 - 2010	2010 - 2013	
Centre de recherche	1	2	1	4
Domicile			3	3
Espace Coworking		1	1	2
Hors zoning		1	2	3
Smart work center		2	1	3
ZAE	1	2	2	5
Total	2	8	10	20

2.2.5 Les facteurs d'attractivité territoriale de l'innovation à différent stades du développement du projet

a) ... au moment de la création de l'entreprise

Plusieurs facteurs ont été évoqués par les porteurs de projet d'innovation pour le choix de la localisation de l'entreprise au moment de la création. Néanmoins, **la proximité du lieu de résidence** est incontestablement le critère le plus souvent cité. Cette proximité est recherchée pour limiter les déplacements jugés parfois inutiles lorsque le projet est dans ses premières phases de développement.

Concernant les porteurs de projet d'innovation qui ont choisi de situer l'entreprise à la même adresse que leur lieu de résidence, ceux-ci invoquent parfois des raisons d'économie des coûts que représenterait la location de bureaux.

Concernant les porteurs de projets d'innovation qui avaient une activité de consultant ou qui étaient des entrepreneurs (c'est-à-dire des personnes à la direction d'une entreprise qu'ils avaient créée ou repris), la principale raison invoquée dans le choix de la localisation a été **la proximité géographique de cette première activité entrepreneuriale**. Cette proximité géographique était recherchée pour faciliter la gestion quotidienne des deux activités et maximiser les synergies entre elles.

Concernant le choix de la région, les porteurs de projets sont majoritairement originaires de la province dans laquelle l'entreprise est créée (Ils y sont nés ou y ont fait leur études secondaires). Parmi ceux-là, beaucoup nous ont avoué avoir choisit d'y créer leur entreprise par **attachement** à leur région.

C'est ainsi que Mr Dupont dira : « si on est à Liège, c'est par ce que mon associé est de Liège... c'est un vrai liégeois ... et puis bien sûr, lorsque vous avez un projet de création d'entreprise qui peut avoir des retombées économiques, vous préférez le faire dans votre région »

Certains porteurs de projet ont également invoqué, pour le choix de la localisation de l'entreprise avoir un sentiment de maîtrise dans leur province d'origine, grâce à **l'importance des connaissances** et du réseau qu'ils ont dans cette région, la **proximité de la famille** et le sentiment d'être dans un **environnement « connu »**.

Mr Dupont précisera: « c'est une façon aussi de limiter le risque puisque dans un contexte local, nous avons une certaine maîtrise du projet. On maîtrise la langue, les habitudes, on connaît les gens, c'est vrai que c'est quelque chose qui peut avoir joué dans le choix de la localisation».

Concernant le choix de la localisation des spin-offs universitaires, celui-ci a été prioritairement conditionné par la dépendance aux outils de laboratoire situés dans les centres de recherches ou pour les intérêts que les porteurs de projets voient à poursuivre la collaboration avec l'université (accès aux partenaires de l'université, crédibilité du projet, accès à des collaborateurs éventuels, etc.).

L'une des personnes interrogées précisera : « *j'y reste aussi parce que les échanges avec les autres chercheurs sont très constructifs* ».

Parmi les entrepreneurs interrogés, un seul a cité, pour le choix de la localisation de l'entreprise au moment de la création, des **facteurs directement en lien avec la région** et indépendants de sa situation personnelle. Il s'agit de l'entrepreneur qui a installé son entreprise, créée en 2012, dans le Smart Work Center de la province du Luxembourg. Cet entrepreneur, originaire de la région de Namur a choisi de déménager dans la province du Luxembourg pour « suivre » son projet. Dans ce cas, les deux principaux critères de choix de cette localisation ont été :

- La spécialisation du Smart Work Center dans le domaine de l'aérospatial et sa capacité à attirer et à abriter dans un même bâtiment des entreprises de renommée internationale dans le domaine ;
- Le dynamisme des structures d'accompagnement et la priorité donnée dans la province du Luxembourg pour le développement de startups technologiques.

b) ... lors du changement de l'implantation de l'entreprise

Parmi les entreprises qui ont changé d'implantation depuis le moment de la création de l'entreprise, la plupart sont restées dans la même province (6 parmi 9). Ces porteurs de projet justifient ce choix par l'inexistence de raisons suffisantes qui justifieraient qu'ils partent dans une autre province en Wallonie.

L'un des porteurs de projet dira : « *il n'y a pas encore une spécialisation des provinces, comme en France, qui justifierait de changer de province, c'est partout pareil en Wallonie* ».

Un autre porteur de projet précisera également : « La Belgique, ce n'est pas grand, en quelques minutes on est dans une autre province. Le déménagement des bureaux dans une autre province ne se justifie pas trop. Il faut vraiment que j'y trouve autre chose de plus pour justifier le déplacement »

L'un des porteurs de projet justifie également la décision de rester dans la même province par **la proximité des fournisseurs**. En effet en étant dans la province de Namur, l'un des porteurs de projet est plus proche de ses fournisseurs qui sont dans le secteur agricole, ce qui lui permet d'afficher une image « nature et respectueuse de l'environnement » à ses produits.

Ainsi, lorsque les porteurs du projet d'innovation restaient dans la même province, le choix de la localisation a concerné plus particulièrement des zones à l'intérieur de la province du lieu de résidence du porteur du projet (ou de l'un de ses associés) plutôt qu'un critère de choix de la province.

A l'intérieur de la province, les zones les plus attractives pour les entrepreneurs interrogés sont celles qui sont :

- les plus accessibles : situés à proximité d'un axe autoroutier

- les plus économiques : dans lesquels les locaux sont de qualité suffisante pour pouvoir recruter du personnel qualifié sans que le prix ne soit trop élevé
- les plus proches du lieu de résidence : dans un souci de minimiser la distance lieu de travail - lieu de résidence, les porteurs de projet privilégient, dans la mesure du possible, les zones les plus proches de leur lieu de résidence
- et parfois, les plus ouverts à un esprit de réseautage: pour l'un des porteurs de projet d'innovation, ce qui était recherché lors du changement de l'implantation de l'entreprise, c'était plus particulièrement la possibilité de rencontrer d'autres porteurs de projets et d'enrichir ainsi son réseau de connaissances. L'espace de coworking situé au centre de ville lui semblait ainsi être approprié pour répondre à ce besoin.

Concernant les porteurs de projet qui ont choisi de s'implanter dans une province différente (3 parmi 9), tous se sont installés dans la province du Brabant Wallon ! Le choix de la localisation était dans ces cas, lié à la fois au caractère attractif de la région et à la fois à des questions relatives à leur situation personnelle. Concernant les critères d'attractivité de la province du Brabant Wallon, les porteurs de projets ont évoqué :

- la disponibilité de personnel qualifié : deux des personnes interrogées ont changé de localisation en allant dans la province du Brabant Wallon, prioritairement pour des besoins de compétences spécifiques qui étaient situés dans cette province ou qui avaient une préférence pour y travailler ;
- La proximité des clients potentiels : deux des personnes interrogées y sont également pour la proximité de leur clientèle qui était principalement concentrée dans la région de Bruxelles capitale ou dans le parc scientifique de Louvain-la-Neuve.
- Le dynamisme de la région : deux des personnes qui s'y sont installés ont choisi le Brabant Wallon pour le dynamisme de la région (« *c'est un milieu qui bouge...qui encourage l'innovation* », « *la priorité est donnée dans la province pour les entreprises technologique* »)
- L'accompagnement de l'Agence Wallonne à l'Exportation (AWEX) : parmi les facteurs qui ont encouragé le changement de la localisation de Bruxelles capitale à la province du Brabant Wallon, l'un des porteurs de projets (dont l'essentiel de ses activités est destinés à l'export), a cité les aides et l'accompagnement de l'AWEX.

Les porteurs de projet d'innovation qui ont changé de localisation pour s'installer dans le Brabant Wallon ont tous choisi de s'implanter dans des PAE. Les facteurs d'attractivité de ces zones sont :

- Le proximité géographique avec l'université (UCL) ;
- L'existence d'un Smart Work Center qui permet de rencontrer des porteurs de projets et des entreprises présentes dans la région ;
- l'accessibilité, y compris en transports en commun.

Néanmoins, parmi les porteurs de projet qui ont changé la localisation de l'entreprise pour s'installer dans la province du Brabant Wallon, deux sont :

- originaires de la province et ont de la famille dans la région
- ont gardé ou ont déménagé leur lieu de résidence dans le Brabant Wallon ou à Bruxelles Capitale

La troisième personne ayant déménagé dans le Brabant Wallon y a également fait ses études et y a l'essentiel de ses amis.

Ainsi, même dans le cas dans changement de localisation de l'entreprise d'une province à une autre, des raisons personnelles peuvent influencer le choix de la localisation des projets d'innovation.

b) ... dans le cas d'une innovation répétée dans le future

Dans le cas d'un développement future et de la mise en place de nouveaux projets d'innovation au sein de l'entreprise créée, 4 entrepreneurs interrogés envisageraient de changer la localisation de l'entreprise, soit pour se rapprocher de Bruxelles capitale, soit pour s'implanter ou de se développer à l'étranger en y créant éventuellement une filiale. Les raisons de ces changements seraient principalement liées :

- la proximité du personnel qualifié dans la région de Bruxelles capitale ;
- des questions plus spécifiques au projet tels que la réglementation européenne qui est moins stricte dans d'autres pays ;
- la proximité des clients et la volonté pour l'un des entrepreneurs interrogés (le plus jeune), d'avoir une carrière à l'international.

Tous les autres entrepreneurs estiment que la province de la localisation actuelle de l'entreprise est appropriée pour le développement de leur activité. Parmi les atouts de la région wallonne, la plupart citent le dynamisme des structures d'accompagnement à l'innovation et à l'exportation et la priorité donnée aux projets d'innovation.

En définitive, ces résultats permettent d'appuyer la proposition de la théorie du capital créatif concernant l'importance des individus présents sur un territoire pour favoriser l'innovation et l'entrepreneuriat. En effet, dans la plupart des cas, les critères de choix de la localisation de l'entreprise au moment de la création, et parfois même, au moment de la croissance de l'entreprise, étaient justifiés par des raisons personnelles (proximité du lieu de résidence, un attachement à la région, le sentiment de maîtrise, la présence d'un réseau de connaissance, la proximité d'autres projets dans la région, etc.). Il est ainsi possible de confirmer les propositions de la théorie du capital créatif qui suggère que **se sont les projets d'innovation qui suivent les individus et non pas l'inverse !**

2.2.6 Les facteurs d'attractivité résidentielle des porteurs de projets d'innovation

L'importance des facteurs personnels dans le choix de la localisation du projet soulève plusieurs questions : les critères d'attractivité résidentielle des porteurs de projet d'innovation peuvent-ils intervenir comme facteurs d'attractivité de l'innovation ? et dans ce cas, quels sont les critères d'attractivité résidentielle des porteurs de projets d'innovation en Wallonie ? la concentration géographique de la classe créative, la présence d'activités culturelles et de divertissement, d'un climat de tolérance, etc. sont-ils, comme suggérés par la théorie du capital créatif, des facteurs d'attractivité résidentiels des porteurs de projets innovants en région wallonne ?

Afin de répondre à ces questions, les données qualitatives ont été analysées en distinguant les porteurs de projet qui ont gardé leur lieu de résidence dans la même province de ceux qui ont changé de province de résidence après ou à l'occasion du lancement de leur projet d'innovation ;

En effet, parmi les personnes interrogées, la plupart (18 parmi 22) ont gardé leur lieu de résidence dans la même province, tandis que 4 ont déménagé dans une autre province depuis le lancement de leur projet d'innovation.

a) Les facteurs d'attractivité résidentiels de ceux qui ont déménagé

Ces personnes avaient, au moment du déménagement, entre 28 et 35 ans. Deux de ces porteurs de projet se sont installés dans la province du Luxembourg directement à la création de leur entreprise et les deux autres ont déménagé soit juste après la création de l'entreprise soit au moment du transfert de la localisation de l'entreprise dans une autre province.

Ceux qui ont déménagé dans la province du Luxembourg ont cité, hormis la proximité du projet d'innovation, les facteurs d'attractivité suivants de la région :

- Un cadre de vie rural : ces personnes privilégient effectivement pour leur lieu de résidence des environnements verts, aérés et sécurisés.
- Des prix de l'immobilier relativement abordables
- Disponibilité des crèches pour la garde des enfants relativement à d'autres provinces de Wallonie

Le porteur du projet qui a déménagé dans la province du Brabant Wallon précise que ce choix est indépendant de la localisation de son entreprise. S'il y est, c'est principalement pour :

- Un cadre de vie plus rural: il précise « *on n'a pas envie d'un mode de vie urbain. On préfère un environnement un peu rural, villageois, avec de beaux paysages verts, etc.*
- La proximité de la famille puisque la personne interrogée est originaire du Brabant Wallon

- Des activités culturelles et récréatives: la personne interviewée précise « *au niveau culturel, divertissement, restaurants, magasins, etc. On a tout ce qu'il faut, on n'a pas besoin de sortir de la région pour avoir une vie sociale* »

b) Les facteurs d'attractivité résidentiels de ceux qui sont restés dans la même province

Parmi les personnes interviewées qui sont restées dans la même province après le lancement de leur projet d'innovation, la plupart (11 parmi 18) sont originaires de cette province. Ils y sont restés principalement par attachement à leur région, pour la proximité familiale et parfois pour le prix du logement qui y est relativement intéressant.

Néanmoins, aucun de ces porteurs de projets qui sont restés dans leur province d'origine n'a cité la présence de la classe créative, d'activités culturelles, récréatives, la présence d'un climat « people » ou autres facteurs identifiés par la théorie du capital créatif, comme facteurs d'attractivité de leur province.

Lorsqu'ils sont spécifiquement questionnés sur l'importance de ces éléments dans leur décision de rester dans la province, la plupart avouent ne pas accorder beaucoup d'intérêt à ces aspects ou du moins que ces éléments ne sont pas suffisamment importants et suffisamment différents d'une province à une autre en région wallonne pour justifier le déménagement.

Concernant les autres porteurs de projets qui ne sont pas originaires de la province dans laquelle ils ont choisi de rester (7 parmi 18), ils y sont venus soit pour faire leurs études universitaires, soit pour y travailler, soit pour reprendre une entreprise qui y était située. Ces personnes ont décidé d'y rester principalement parce qu'il y ont développé leur réseau de connaissances. De plus, certains sont restés pour :

- l'ambiance de la ville et l'accueil chaleureux de ses habitants (la ville de Liège)
- l'aspect rural et vert de la province du Luxembourg
- le caractère industriel de la région, qui est plus propice aux affaires

Plus particulièrement concernant les porteurs de projet qui sont installés dans la province du Luxembourg, tous ont confirmé le manque d'infrastructures et d'activités récréatives dans la province. Néanmoins ils précisent qu'il « n'est pas rare qu'on se déplace dans la province de Liège, de Namur ou à Metz...faire 1h30 de route pour sortir, c'est normal ».

3. CONCLUSION

Hormis les spin-offs universitaires qui sont restés à l'intérieur ou à proximité du centre de recherche duquel elles sont issues, la majorité des porteurs de projet ont privilégié pour le choix de la localisation, au moment de la création de l'entreprise, des raisons liées à leur situation personnelle (lieu de résidence, province d'origine, attachement à la région, présence d'autres activités dans la région (consultance ou entreprise créée ou reprise). Très peu ont cité des raisons directement en lien avec l'attractivité du territoire (importance du tissu industriel, présence des universités, du personnel qualifié, etc.) dans le choix de l'implantation de l'entreprise au moment de la création. Dans ces premières phases de développement, c'est donc le projet d'innovation qui suit l'entrepreneur et rarement l'inverse.

Lorsque le projet d'innovation est plus mûr, la majorité des porteurs de projet sont restés dans la même province, pour les mêmes raisons personnelles que précédemment mais également parce que les différences entre les provinces en région wallonne ne justifient pas selon eux le déplacement. En effet, parmi les personnes interrogées, une minorité a changé de province ou envisage de le faire dans le cas de la croissance de son activité.

Ainsi en région wallonne, les propositions de la théorie du capital créatif concernant la mobilité des individus créatifs ne sont toujours vérifiées. En effet, rares sont les porteurs de projet d'innovation qui envisagent de changer de localisation pour s'implanter dans une province plus attractive pour eux. En effet, la non spécialisation des provinces, la courte distance entre elles et la proximité relative de Bruxelles capitale ne favorisent pas la mobilité définitive (déménagement) des porteurs de projet d'innovation d'une province à une autre à l'intérieur de la région wallonne.

Néanmoins, il est constaté que les porteurs de projet qui ont changé de province ou qui envisagent de le faire dans le cas de la croissance de leur activité, privilégient tous la province du Brabant Wallon, et ce pour plusieurs raisons : disponibilité du personnel qualifié, dynamisme de la région, proximité de l'université, etc.

Ces résultats interrogent pas conséquent la pertinence de l'échelle retenue pour analyser les dynamiques de la classe créative en région wallonne. La province ou la région sont-elles des échelles appropriées ? Les provinces ou les régions sont-elles des aires métropolitaines à l'instar des régions qui ont fait l'objet d'études similaires principalement aux USA ?

En Wallonie, le SDER (Schéma de Développement de l'Espace Régional) préconise plutôt de considérer la Wallonie comme des « parties » de plusieurs aires métropolitaines. En effet, selon ce Schéma de développement territorial, la Wallonie est intégrée à l'espace européen, ce qui suppose de tenir compte de l'influence des pôles urbains à proximité tels que Bruxelles, Lille et Luxembourg. Selon le SDER, les parties wallonnes qui entretiennent des relations d'échange (ou des liens de coopération) avec ces pôles urbains constituent des aires métropolitaines autour de ces pôles. Les parties wallonnes de ces aires métropolitaines sont considérées par le SDER comme des aires de coopération transrégionale. Il s'agit des aires de coopération avec Bruxelles, Lille et le Luxembourg mais également l'aire de coopération de Liège, qui est considéré comme un pôle capable de focaliser, avec d'autres pôles, une aire de coopération.

Une analyse de la dynamique de la classe créative à l'échelle des aires métropolitaines et des aires de coopération wallonnes serait de ce fait, probablement mieux appropriée.