

La classe créative selon Richard Florida

Un paradigme urbain plausible?

Sous la direction de RÉMY TREMBLAY et DIANE-GABRIELLE TREMBLAY







La collection Géographie contemporaine change d'image. Le souci de renouveau de la direction des Presses de l'Université du Québec et l'attachement aux traditions du

directeur de la collection ont abouti à un compromis qui rend la collection plus attrayante tout en affirmant la continuité avec sa mission, soit celle de diffuser des travaux de nature scientifique ou pédagogique qui permettent d'enrichir la réflexion géographique. Ce changement est l'occasion d'un rapide bilan. Cette collection qui, au départ voulait remplir un vide, s'est avérée féconde. Depuis 1998, vingt titres ont été publiés, plusieurs ayant donné lieu à des rééditions. Analysant le monde à toutes ses échelles, du mondial au local, des travaux de chercheurs du Québec et d'ailleurs ont interrogé le territoire et les possibilités qu'il offre dans un contexte qui requiert la révision des choix de développement de nos sociétés. La collection devient ainsi ce qu'elle cherchait à être, soit une tribune en langue française pour l'analyse des territoires. La nouvelle image, plus accessible, réaffirme cet objectif. Le monde, dans sa globalité, est impensable sans des repères territoriaux qu'il importe de rendre visibles. Sans ces repères, les liens sociaux sont impossibles, la préoccupation pour le bien commun disparaît et seul l'individualisme a droit de cité. Les repères territoriaux sont nécessaires pour un développement respectueux des générations futures, certes, mais aussi des collectivités qui nous entourent et avec lesquelles nous partageons la planète. C'est ce que l'éducation géographique des citoyens rend possible et c'est le défi qui a guidé et qui continuera de guider les travaux de la collection Géographie contemporaine.

Juan-Luis Klein
Directeur de la collection

La classe créative selon Richard Florida

Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives nationales du Québec et Bibliothèque et Archives Canada

Vedette principale au titre:

La classe créative selon Richard Florida: un paradigme urbain plausible?

(Géographie contemporaine)

Publ. en collab. avec Presses universitaires de Rennes.

Comprend des réf. bibliogr.

ISBN 978-2-7605-2509-2 (Presses de l'Université du Québec)

ISBN 978-2-7535-1143-9 (Presses universitaires de Rennes)

- 1. Florida, Richard L. 2. Villes Croissance. 3. Créativité Aspect économique.
- 4. Économie urbaine. 5. Qualité de la vie. 6. Capital intellectuel. I. Tremblay, Rémy, 1966-.
- II. Tremblay, Diane-Gabrielle. III. Collection: Géographie contemporaine.

HT371.C52 2010 307.76 C2009-942421-5

PRESSES DE L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

Le Delta I, 2875, boulevard Laurier, bureau 450

Ouébec (Ouébec) G1V 2M2

Téléphone: 418-657-4399 • Télécopieur: 418-657-2096

Courriel: pug@pug.ca • Internet: www.pug.ca

Diffusion/Distribution:

CANADA et autres pays

PROLOGUE INC.

1650, boulevard Lionel-Bertrand Boisbriand (Québec) J7H 1N7

Téléphone: 450-434-0306 / 1 800 363-2864

SUISSE

SERVIDIS SA

Chemin des Chalets 1279 Chavannes-de-Bogis

Suisse

FRANCE

BELGIOUE

AFPU-DIFFUSION SODIS

PATRIMOINE SPRL 168, rue du Noyer 1030 Bruxelles Belgique

AFRIQUE

ACTION PÉDAGOGIQUE POUR L'ÉDUCATION ET LA FORMATION Angle des rues Jilali Taj Eddine et El Ghadfa

et El Ghadfa Maârif 20100 Casablanca

Maroc



La *Loi sur le droit d'auteur* interdit la reproduction des œuvres sans autorisation des titulaires de droits. Or, la photocopie non autorisée – le « photocopillage » – s'est généralisée, provoquant une baisse des ventes de livres et compromettant la rédaction et la production de nouveaux ouvrages par des professionnels. L'objet du logo apparaissant ci-contre est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit le développement massif du « photocopillage ».

La classe créative selon Richard Florida

Un paradigme urbain plausible?

Sous la direction de RÉMY TREMBLAY et DIANE-GABRIELLE TREMBLAY





Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada par l'entremise du Programme d'aide au développement de l'industrie de l'édition (PADIE) pour nos activités d'édition.

La publication de cet ouvrage a été rendue possible grâce à l'aide financière de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC).

Intérieur

Mise en pages: Infoscan Collette-Québec

Couverture

Conception: RICHARD HODGSON Photographie: GILLES McINTYRE

123456789 PUQ 2010 987654321

Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés

© 2010 Presses de l'Université du Québec

© 2010 Presses Universitaires de Rennes

Dépôt légal – 1er trimestre 2010

Bibliothèque et Archives nationales du Québec / Bibliothèque et Archives Canada Imprimé au Canada

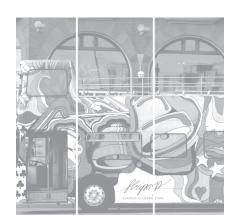


Table des matières

Introduction – RICHARD FLORIDA: L'HOMME ET SA CLASSE	1
Les critiques	3
Localisation, état d'être collectif urbain ou régional	5
Les auteurs	5
Références	10
Chapitre 1 – LA THÈSE DE LA «CLASSE CRÉATIVE»:	
REVUE DES ÉCRITS ET PERSPECTIVES DE RECHERCHE	13
Sébastien Darchen et Diane-Gabrielle Tremblay	
1. Fondements d'une thèse d'inspiration sociologique	
sur le développement économique en milieu urbain	14
2. L'organisation de la thèse de Florida: les principes	17
3. Les principales critiques à l'endroit de la thèse	
de la « classe créative »	21
4. Applications de la thèse de Florida et perspectives de recherche	25
Conclusion	30
Déférence	22

. QUI	TS, TERRITOIRES ET « NOUVELLE ÉCONOMIE » : ELLES PERSPECTIVES OUVERTES PAR LA THÉORIE	27
	CAPITAL CRÉATIF?	37
	rie en débat	43
1.1. À	nouvelle économie, nouvelle formulation d'une théorie e la localisation	43
1.2. Cu	ulture, créativité et croissance économique : es relations discutables et discutées	46
2. Vers une	e nouvelle « nouvelle économie » ?	55
2.1. De	es industries culturelles aux industries de la création	56
	e travail de création au cœur d'un nouveau modèle 'organisation et de production industrielle	58
	ecomposition des espaces productifs t nouveaux milieux de vie	60
3. La resso	urce culturelle locale:	
une nou	ıvelle lecture des enjeux territoriaux	64
	es effets de milieu	66
3.2. D	es effets de lieu	70
	es effets de culture. Lyles de vie et préférences résidentielles	72
Conclusion		76
Références		79
· MY	« CLASSE CRÉATIVE » ET LA PROSPÉRITÉ URBAINE : THES ET RÉALITÉS	87
1. Démysti	fier la thèse de la classe créative	89
2. Classe cr	réative et prospérité urbaine: les preuves	95
Conclusion	– et les implications en matière de politique	109
QUI	RISTOCRATIE MOBILE DU SAVOIR ET SON TAPIS ROUGE: ELQUES RÉFLEXIONS SUR LES THÈSES DE RICHARD FLORIDA hard Shearmur	113
1. Le capita	al humain et la croissance	115
1.1. La	a théorie du capital humain et le développement régional	115
1.2. L'	aristocratie du savoir et sa mobilité	119
2. Quelque	es résultats empiriques	124
2.1. Le	es facteurs de croissance locale au Canada	125
	a migration et l'attraction des talents	128
Conclusion		131
Références		132

Table des matières χ

Chapitre 5 – CITÉ CRÉATIVE ET DISTRICT CULTUREL: DES INTERRELATIONS ENTRE DEUX CONCEPTS?	135
Thomas Pilati et Diane-Gabrielle Tremblay	
1. La créativité et la transformation de la ville : la ville créative	137
2. La classe créative	143
3. Le «district culturel évolué»	147
3.1. Du district industriel	148
3.2 vers le district culturel	149
Conclusion sur les districts culturels	154
Références	156
Chapitre 6 – VERS UN URBANISME CRÉATIF?	161
1. La classe créative existe-t-elle?	163
2. Une nouvelle théorie ou une synthèse pertinente?	166
3. Une thèse provocante sous le feu des critiques	168
4. Portrait de l'urbaniste en créatif	171
5. Réinventer la ville créative	175
Références	176
Chapitre 7 – LE RÔLE DES INSTITUTIONS DANS L'ÉCONOMIE CRÉATIVE	179
1. Les règles du jeu	183
2. Huit cas d'étude pour la construction d'un schéma analytique	185
3. Les trois capitaux de l'économie de la culture	188
3.1. Le capital créatif	189
3.2. Le capital économique	190
3.3. Le capital relationnel (ou capital social)	190
4. Les institutions au travail	191
4.1. Les institutions qui réussissent	191
4.2. Les institutions qui échouent	193
Conclusion	195
Références	198
Chapitre 8 – CRÉATIVITÉ ET COHÉSION SOCIALE EN MILIEU URBAIN:	
POUR UNE VILLE CRÉATIVE POUR TOUS	201
Juan-Luis Klein et Diane-Gabrielle Tremblay	
Pourquoi parler de créativité en lien avec la cohésion sociale dans la ville dans le contexte d'aujourd'hui?	202
1.1. Crise des mécanismes d'intégration	
et atomisation de la société	204
1.2. L'appartenance et l'identité	204
1.2. La créativité et la cohécion cociale dans la ville	205

2. Le déb	at sur la créativité et la ville	206
	La classe créative	207
	Visions alternatives: la créativité sociale à partir de la base	207
	omie sociale comme cadre de traduction de la création	207
	jet créatif dans les quartiers	213
•	e en œuvre : pour faire de la créativité	
	il de développement cohésif	214
		217
Conclusion I	.A « CLASSE CRÉATIVE» PEUT-ELLE ÊTRE UN ÉLÉMENT	
	U DÉVELOPPEMENT DES VILLES?	223
	ean-Pierre Augustin	223
1. Les ter	ndances et analyses qui précèdent ou accompagnent	
la théo	orie de Florida	224
1.1.	L'émergence des cultures métropolitaines	224
1.2.	Le vitalisme culturel et les difficultés de la régulation	225
1.3.	Les « Cultural Studies », l'approche culturaliste	
	et le tournant de la géographie économique	227
1.4.	Le nouvel esprit du capitalisme	228
	Les mutations du travail productif	
	et la précarisation des emplois	229
2. Quels	seraient les apports de la classe créative?	230
2.1.	Le contexte	230
	Résumé en trois points des fondements	
	de la théorie de la classe créative	231
2.3.	Les préconisations	232
	enir des villes contemporaines	
	se limiter à ces apports?	233
3.1.	L'embellie culturelle des villes occidentales	233
3.2.	Le risque des solutions miraculeuses	234
Références		235
Notices biogra	nhiques	239

Introduction



Richard Florida L'homme et sa classe

Rémy Tremblay et Diane-Gabrielle Tremblay

epuis la parution de son livre-culte intitulé *The Rise of the Creative Class*, Richard Florida (2002) a prononcé de nombreuses conférences partout dans le monde sur les bienfaits de la classe créative aux États-Unis, au Canada et ailleurs dans le monde. Florida affirme volontiers que la théorie de la classe créative est de son cru, bien que fortement inspirée de son maître à penser, Jane Jacobs. Le sociologue américain Robert Lang, qui préfère parler de métathéorie, ajoutera que Florida prend aussi son inspiration du grand sociologue de Berkeley, Claude Fischer (Lang, 2006). Quoi qu'il en soit, les livres et les théories de Florida ont déjà fait couler beaucoup

d'encre, quoique les milieux francophones semblent moins au fait de ses thèses que les milieux anglophones, d'où l'intérêt de cette publication, qui vise à mieux les faire connaître au sein de la francophonie.

Deux autres livres à succès ont été publiés par Florida à la suite du triomphe de *The Rise*. Il s'agit de *The Flight of the Creative Class* (Florida, 2004) et *Whose your City?* (Florida, 2009). Dans *The Flight*, l'auteur étend sa théorie de la classe créative et l'usage de palmarès à l'Europe. De plus, il aborde la question critique de l'attraction et de la rétention des «talents» (main-d'œuvre spécialisée) aux États-Unis, laquelle a joué un rôle clé dans le développement et la domination économique, voire politique de l'économie américaine à l'échelle mondiale. *The Flight* est aussi l'ouvrage dans lequel Richard Florida répond ouvertement, et pendant des dizaines de pages, à ses nombreux antagonistes des milieux journalistique et universitaire. Il précise, entre autres, ne pas être gai, avoir travaillé pour les partis républicain et démocrate, etc., afin de contrer certaines critiques.

Le dernier livre de Richard Florida, *Whose your City?*, utilise la même formule gagnante, c'est-à-dire des palmarès et des réflexions autour des concepts chers à l'auteur comme ceux de «talents» et de «classe créative». Ce dernier livre de Florida est, selon nous, le plus solide, que l'on appuie ou non la pensée floridienne, car l'auteur reconnaît pour la première fois le rôle des banlieues (qui renferment 70 % de la population américaine et qui comptent une partie importante des entreprises en haute technologie, entre autres), des couples avec enfants et des effets négatifs sur les multiples plans socioéconomiques du succès instantané d'une ville «gagnante» (coût de la vie élevé, par exemple).

L'auteur et chercheur originaire du New Jersey étant maintenant rattaché à l'Université de Toronto et résident de cette métropole canadienne, dans laquelle les acteurs politiques et les médias l'ont admiré depuis ses premières heures de gloire¹, il a publié une version canadienne de *Whose your City?* Cette édition renferme, par exemple, des palmarès exclusifs de villes canadiennes dans lesquels Ottawa domine largement. Il semble que peu importe comment on «manipule» les indices, Ottawa demeure la ville du savoir par excellence au Canada. Elle domine même en utilisant des données «brutes» relatives à la scolarité et aux emplois en sciences et technologie (R. Tremblay, 2006, 2008).

^{1.} Le journal pancanadien *The Globe and Mail*, qui publie une édition torontoise, accorde une place de choix à Richard Florida via des blogues et des entrevues en ligne. Le magazine touristique *Toronto* a comme devise «*Creative in the City*». Une entrevue avec Richard Florida y paraissait dans le premier numéro de 2008. Le design et le contenu du magazine sont sans équivoque d'inspiration floridienne. On peut consulter ce magazine à l'adresse suivante: <www.nxtbook.com/dawson/torontotourism/mag09>.

Introduction 3

Le succès phénoménal des ouvrages *The Rise* et *The Flight* ont fait de Richard Florida un des conférenciers les plus en demande de la planète. Soucieux de rendre leurs villes plus compétitives, des maires, des membres des chambres de commerce et autres auditoires similaires ont entendu les prescriptions de Florida, à savoir qu'un nouveau processus de développement doit mettre en œuvre les trois T que sont la technologie, le talent et la tolérance. En fait, cette théorie propose une relation de cause à effet entre la localisation des talents, ou des groupes créatifs, et le développement économique régional: comme l'indiquent les tenants de cette thèse, la croissance économique régionale serait alimentée par les personnes créatives qui auraient une préférence pour la diversité, la tolérance et l'ouverture aux nouvelles idées. De plus grandes concentrations de capital créatif d'une plus grande diversité conduiraient à leur tour à des niveaux d'innovation plus élevés, à la formation d'entreprises de haute technologie, à la création d'emplois et à la croissance économique. Cette théorie du développement économique régional est parfois utilisée pour évaluer et classifier la compétitivité et la vitalité des villes ou des agglomérations dans le contexte de la mondialisation, de l'accroissement des échanges internationaux et de l'économie et du savoir.

En fait, comme nous le verrons au fil des textes dans ce livre, les principaux critères exploités par l'auteur pour évaluer les avantages compétitifs de diverses villes sont *i*) les *talents* (dont la proportion de diplômés universitaires), *ii*) la *bohème* (emplois dans les secteurs des arts et de la création – auteurs et écrivains, producteurs et réalisateurs et chorégraphes, chefs d'orchestre et compositeurs, musiciens et chanteurs, danseurs, acteurs, peintres et sculpteurs et artistes visuels, photographes, designers graphiques et illustrateurs, décorateurs, emplois associés au théâtre, à la mode, aux expositions, à l'artisanat et aux métiers d'art), *iii*) la *diversité* ethnique et sociale, et *iv*) les *technologies* (exportation de biens et services associés aux technologies avancées – aéronautique, électronique, pharmaceutique et médecine, équipement scientifique, télécommunications, informatique et ordinateurs, architecture et génie, laboratoires, production télévisuelle, cinématographique et audiovisuelle).

Les critiques

Contrairement aux «praticiens», nombre d'universitaires nord-américains (entre autres Shearmur, 2006 et ici; R. Tremblay, Rogerson et Chicoine, 2007; Rogerson et R. Tremblay, 2008; McCann, 2007, 2008) et européens (surtout en Scandinavie mais aussi en Allemagne, dont Bosch et Fritsch, 2007) mettent en doute la théorie de Florida, et ce, depuis ses premiers

travaux sur la classe créative (Florida, 1999, par exemple). Plusieurs de ces critiques sont des chercheurs de renommée internationale (entre autres Markusen, 2006; Markusen et Schrock, 2006; Peck, 2005, 2009; Scott, 2006; Storper et Scott, 2009; Clark, 2001; Glaeser, 2005). Florida a déjà répondu à certains de ses détracteurs, souvent des consultants et des journalistes dans *The Flight*, en leur répondant qu'il n'était pas gai ni affilié à un parti politique, et que sa théorie n'était pas élitiste. Par ailleurs, un nombre croissant d'universitaires ressentent un certain malaise vis-à-vis l'attitude entrepreneuriale et peut-être un peu populiste de ce chercheur rattaché à une grande université. C'est le cas d'Alvergne et de Latouche (2009), qui parleront de Florida comme d'un « professionnel académique ». Une visite sur le site Web de M. Florida, <creativeclass.org> (on peut devenir membre de ce «groupe» pour 100 \$), s'impose afin de comprendre le phénomène Florida et, surtout, pour découvrir la manière dont il fait la promotion de ses travaux, de ses idées, de ses opinions et avec quel ton il répond à ses détracteurs. Bref, la philosophie de cet organisme (dont le site Web et les blogues qu'il contient) est représentative de la personnalité de Richard Florida, mais nul ne peut nier qu'il a contribué à attirer l'attention sur le rôle de la culture dans le développement des villes, d'où l'intérêt premier de ses thèses pour plusieurs.

Or, Levine (voir son chapitre dans cet ouvrage) a analysé la question et il relève qu'en 2000, dans les plus grandes régions métropolitaines au pays, San Francisco possédait le plus fort pourcentage de ménages gais (1,8%) et Buffalo le plus faible (0,4%). Ces chiffres illustrent néanmoins une singulière évolution des mentalités en Amérique, en particulier en ce qui a trait à l'organisation de groupes qui ont toujours été considérés comme marginaux et plus ou moins tolérés, déconsidérés ou stigmatisés, dont les gais, qui ont toutefois su s'organiser socialement après la guerre 1939-1945.

Les racines de la nouvelle théorie de la classe créative dans les sciences sociales sont plus profondes qu'il n'y paraît à première vue. Ainsi, dès 1949, le sociologue E.C. Hughes jetait les bases de ce qui allait devenir l'index bohémien de Richard Florida: « ... il existe d'autres groupes qui ne sont pas tout à fait au fait de leur marginalité dans la mesure où ils vivent une vie plutôt insulaire mais qui sont, par ailleurs, des personnes aux profils les plus divers; des personnes qui n'ont en commun, pour commencer, rien d'autre que leur marginalité. On les retrouve dans les villes et spécialement parmi les jeunes gens. Ce sont les Bohémiens Américains » (Hughes, 1949; cité dans Sagarin, 1969). En d'autres mots, ce qui fut manifesté depuis le milieu du xxe siècle comme autant de revendications du droit à l'égalité viserait aujourd'hui – si l'on en juge par l'impact de la théorie de Florida, non seulement un statut social au sein d'une classe

Introduction 5

créative, mais aussi un rôle économique du même ordre d'importance dans le développement économique régional. L'approche floridienne soutient que les artistes et les jeunes (la bohème), ainsi que d'autres agents de diversité sociale sont importants pour la dynamique économique, à telle enseigne que les statistiques les caractérisant (l'indice gai, l'indice bohémien) compteraient pour la moitié des critères au soutien de la classe créative; rappelons que les deux autres critères sont le talent et les technologies, c'est-à-dire les diplômés universitaires et le progrès technologique.

Localisation, état d'être collectif urbain ou régional

Florida prône le développement et l'entretien de quartiers-centre débordant d'énergie et de vitalité créative, mais il faut reconnaître qu'un centre-ville nord-américain n'est pas toujours un milieu de vie familial de qualité, quand bien même les générations de jeunes s'y succèdent à la poursuite d'activités ou de loisirs: sport, études, spectacles. La ville et la région sont deux notions déterminantes eu égard à la localisation des regroupements humains. Pour raffiner quelque peu le débat, il est encore utile de se pencher sur l'évolution de ces villes et de ces régions dans la deuxième moitié du xxe siècle en Amérique, évolution qui se traduit par le fait que vers l'an 2000, à peu près deux personnes sur trois recensées dans les grandes régions métropolitaines résidaient dans les banlieues, ce qui incite à nuancer les thèses de Florida (R. Tremblay et Chicoine, 2008).

Plus loin dans cet ouvrage, T. Pilati et D.-G. Tremblay analysent les thèses de Florida et celles d'autres auteurs italiens apparentés et proposent des approches pertinentes pour orienter le développement socioéconomique à partir de cette prémisse culturelle. Du point de vue de l'organisation urbaine, les auteurs mettent en valeur le district culturel à l'italienne pour préciser, raffiner et éventuellement matérialiser la cité créative évoquée par la théorie de Florida.

Les auteurs

Pour ouvrir ce livre, Sébastien Darchen et Diane-Gabrielle Tremblay nous proposent une recension des écrits concernant la thèse de la classe créative de Richard Florida, afin de mieux la faire connaître du public francophone. Richard Florida proposait dans sa thèse du développement économique en milieu urbain une conception innovante de la notion de capital humain en se fondant sur ce qu'il nomme le capital créatif. Les auteurs explicitent la méthodologie utilisée afin de valoriser la pertinence de la notion de

capital créatif et de présenter les applications possibles de cette thèse en milieu urbain. Ils reviennent également sur certaines des critiques qui ont caractérisé l'analyse de la thèse du développement économique proposée par Florida. Les auteurs posent que l'objectif premier de la thèse de Florida est d'identifier les facteurs qui contribuent à l'attraction du capital créatif. À cet égard, la notion de talent dans la thèse de Florida fait référence aux types d'activités professionnelles, plutôt qu'au niveau d'éducation; la notion de Florida correspond donc à une version élargie de la notion de capital humain, et la prise en compte de ce capital créatif serait, d'après Florida, un indicateur plus précis pour évaluer le potentiel en termes d'innovation et de croissance économique d'une région. Darchen et Tremblay rapportent les travaux de chercheurs qui montrent les liens entre la catégorie de professionnels définie par Florida et la performance économique des villes. L'on conçoit alors que la catégorie «classe créative» puisse être vue par certains comme un meilleur indicateur que l'approche du capital humain. De nombreux questionnements demeurent toutefois quant à l'application de cette théorie du capital créatif en tant que moteur du développement économique, et ceux-ci sont évoqués dans le texte, ainsi que les principales critiques adressées à la thèse de Florida.

Comme d'autres, Myrtille Roy-Valex se réjouit de la popularité des théories de Florida et du charisme de leur auteur. Elle apprécie que les élites publiques et privées portent attention à la part du culturel dans les nouvelles réalités économiques des sociétés modernes. Roy-Valex indique qu'elle a procédé à une recherche empirique à Montréal sur le thème de la nouvelle économie et des emplois créatifs, et elle en évoque quelques bribes prometteuses. Pour entrer dans le vif du sujet, l'auteure souligne l'insistance de Florida à faire de la qualité de vie, notamment sous ses aspects culturels, un facteur premier du développement économique, car cela force à ne pas considérer les stratégies en matière de compétitivité économique séparément d'autres objectifs territoriaux. La question des industries de la créativité met en évidence un autre élément qui vaut la peine d'être noté. En effet, la montée de ces industries et l'extension toujours grandissante des domaines de la culture (art, culture et patrimoine) s'expliquent communément par l'action conjuguée d'une marchandisation progressive de la culture humaine – résultante de la demande incessante du capitalisme pour la mise en marché de produits nouveaux – et d'une esthétisation croissante de la consommation, sinon une esthétisation de la vie quotidienne, corollaire à l'émergence d'une culture de consommation de plus en plus diversifiée et fragmentée. Selon l'hypothèse structurante de la théorie de la montée de la classe créative, les racines urbaines du travail créatif ne sont pas seulement voulues et produites par les dynamiques

Introduction 7

inhérentes à l'activité productive (sphère du travail), mais aussi et plus globalement par un éthos créatif qui influencerait aussi bien la consommation, l'aménagement du temps de travail et le temps de loisir que le choix de la localisation résidentielle.

Marc V. Levine a étudié avec attention la question des minorités par rapport au développement, et il conclut à une certaine corrélation entre les régions à plus forts taux de mariages interraciaux et les taux de croissance de l'emploi plus élevés; selon Levine, on cherche encore ce qui constituerait, d'une part, une bonne mesure du niveau de tolérance et d'ouverture à la diversité dans la collectivité et, d'autre part, comment cette tolérance se traduirait en prospérité pour l'ensemble de la société. Levine met à l'épreuve la théorie de Florida en prenant l'exemple concret de l'évolution du chômage à Baltimore sur trente ans, entre 1970 et 2000. En 2004, cette ville a retenu les services de Florida. Selon Levine, toutefois, il est normal d'améliorer la qualité de vie dans les villes – comme les parcs et les espaces publics – pour des raisons autres que le simple fait d'essayer d'attirer la classe créative, et le fait de promouvoir une collectivité ouverte et tolérante constitue un but louable, peu importe son lien avec le développement économique.

D'autres interprétations sont faites de la théorie de la classe créative. Pour certains, le concept de classe créative constitue un paradigme plausible du développement économique et ils affirment non seulement que l'absence de diversité et de tolérance mène à l'émigration régionale des créatifs, à une fuite des cerveaux (brain-drain), mais en plus que les talents (creative people) se sentent attirés vers les endroits (places) qui obtiennent des scores élevés sur l'échelle des indices gai et bohémien (Acs et Megyesi, 2007).

Au terme de ses réflexions sur les thèses de Florida, Richard Shearmur a décelé qu'à l'échelle urbaine et régionale, les talents seraient plutôt attirés par le succès économique local que le contraire (en d'autres mots, ce n'est pas l'apport de talents de l'extérieur qui serait à l'origine du développement local). En fait, aucun facteur unique ne saurait expliquer la croissance combinée, démographique et économique, d'une agglomération; de plus, selon Shearmur, il n'y a aucune règle généralisable qui puisse associer la classe créative à la croissance urbaine, ou qui puisse associer le milieu culturel à l'attraction des talents, du moins au Canada. Par ailleurs, pour avoir effectué des études empiriques aux méthodologies éprouvées, Shearmur lit dans ses données que les flux de diplômés ont tendance à être plus importants vers les localités qui n'ont pas d'universités car, écrit-il à l'encontre des généralisations de Florida, les universités produisent des diplômés qui se dispersent ensuite sur l'ensemble du territoire.

Pour compléter et présenter des travaux de recherche italiens apparentés aux thèses de Florida, Thomas Pilati et Diane-Gabrielle Tremblay traitent des thèses de la classe et de la cité créative et, dans cette dernière notion, les auteurs perçoivent un modèle de planification urbaine centré sur la créativité et l'innovation selon trois axes, ou vecteurs: la création, la diffusion et la circulation du savoir à titre de prémisses fondamentales pour le développement du système territorial. Ils examinent le district culturel évolué, un modèle d'excellence centré sur la créativité et l'innovation grâce à la capacité de gouvernance des processus d'accumulation de nouvelles formes du capital intangible. On parle alors de grappe culturelle et de district culturel, des concepts qui sont liés à la notion de district industriel, mais avec des conditions de viabilité qui leur sont propres; parmi ceux-ci, le niveau de qualité de vie et le niveau d'innovation. Les idées ici rassemblées par Pilati et D.-G. Tremblay, sous la rubrique de district culturel évolué, reposent sur trois éléments: la localisation de la classe créative que l'on retrouve dans les théories de Florida; le développement de l'innovation, associé aux thèses de Porter; et finalement le concept de capacité de faire (capability). À son tour, la réussite du district culturel évolué repose sur une complémentarité stratégique de ces trois éléments et, de ce fait, cette thèse paraît dépasser la vision de Florida. Dans ce concept de district culturel, la production et l'offre culturelle ne sont pas perçues comme centres de profit, mais elles s'intègrent étroitement à la nouvelle chaîne de valeur de facture postindustrielle. Les études fondées sur le modèle du district culturel évolué s'apparentent à l'hypothèse de Florida concernant la classe créative et dans ce cadre, l'activité culturelle est le moteur du développement territorial conçu pour un large public et qui agit en vue d'une revitalisation du contexte (récupération des édifices industriels ou espaces en plein air).

En ce qui concerne la tolérance, un concept important pour Florida, Elsa Vivant souligne que l'indice gai et l'indice bohémien révèlent des différences de l'ordre de 1% entre les villes, des différences trop faibles pour en tirer des conclusions véritablement signifiantes pour caractériser les villes en question, et faire état de la tolérance de la société à l'égard des minorités. Le texte d'Elsa Vivant souligne que sous prétexte d'attirer la classe créative, certaines politiques publiques risquent de délaisser les problèmes économiques des populations plus fragiles à la manière reaganienne, en soutenant et en favorisant les créatifs pour le bénéfice économique indirect de l'ensemble de la communauté, sans avoir besoin de développer de politique sociale.

Le texte de Marianna d'Ovidio traite de huit cas pour présenter un modèle d'analyse du rôle des institutions en lien avec le capital créatif ou innovateur. Elle rappelle les travaux de Florida sur les stratégies Introduction 9

urbaines d'attraction d'individus talentueux et porteurs de développement local mais souligne que, selon elle, le débat sur l'économie de la culture ne peut pas être limité aux facteurs d'attraction ou de soutien économiques. L'auteure affirme qu'il faut réfléchir sur la pluralité des forces qui interviennent dans la définition de la réalité, en plaçant la thématique dans le contexte social, économique, politique et institutionnel auquel il se réfère. Elle affirme qu'il faut de plus en plus s'intéresser au rôle central des institutions donnant forme à l'économie locale culturelle et créative. Son texte présente une analyse du contexte institutionnel afin d'en déterminer les aspects les plus cachés dans la trame du tissu social. L'auteure cherche ainsi à fournir une clé de lecture interprétative pour organiser l'analyse des institutions et de leurs connexions avec l'économie culturelle créative. La relecture de huit cas à partir de sources secondaires permet de développer un modèle pour l'analyse du rôle des institutions en lien avec le capital créatif ou innovateur, le capital économique et le capital relationnel (ou social).

Le texte suivant, de Juan-Luis Klein et Diane-Gabrielle Tremblay, cherche à appliquer les notions de créativité de Florida au développement des villes, mais en tenant compte de l'objectif d'inclusion sociale, un élément que l'on a souvent reproché à Florida d'oublier. Le texte pose la question suivante: comment la créativité et l'innovation peuvent-elles se conjuguer de façon à rendre la ville plus cohésive et en même temps à contribuer à son développement économique et social? Le texte commence par définir les principaux concepts et dégager les principaux enjeux soulevés par les auteurs en regard de la créativité et de la cohésion sociale. Puis les auteurs résument les principaux débats sur la créativité et la ville et font une synthèse des propositions qui se dégagent des travaux consultés pouvant favoriser la cohésion sociale en milieu urbain. L'idée d'une création ascendante comme atout pour le développement des quartiers est ensuite exposée, à l'aide d'un certain nombre de cas qui permettent de soutenir cette proposition. Les centres d'artistes, l'art public et l'École des arts du cirque (Tohu) sont entre autres mentionnés comme des cas qui peuvent être vus comme de puissants moyens d'intégration sociale. Le rôle du secteur de l'économie sociale est aussi évoqué à cet égard. Enfin, le texte se termine en posant les jalons d'un mode de gouvernance qui permettrait de mettre en œuvre ces propositions favorisant l'inclusion par la créativité. Les auteurs reconnaissent que le secteur culturel ne peut créer la cohésion sociale à lui seul, mais ils considèrent que cette prise en compte conduit à une vision moins élitiste du rôle du secteur créatif et culturel dans le développement économique local.

En conclusion, Jean-Pierre Augustin contextualise la théorie de la classe créative en faisant un bref historique des idées, théories et méthodes qui l'ont précédée et desquelles Richard Florida s'est inspiré. De plus, il fait le point sur les possibilités d'appliquer aux villes françaises le modèle de développement économique proposé par Florida.

L'ensemble des textes regroupés ici vise donc à susciter le débat sur ces thèses dans le monde francophone, et en particulier français, puisque ces thèses semblent relativement méconnues dans ce contexte, alors que les sujets sur lesquels elles se penchent se sont largement débattus. L'apport des thèses de Florida mérite certes d'être connu dans le monde francophone, afin de poursuivre et d'approfondir les débats en cours.

Références

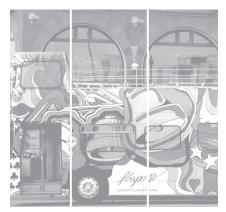
- ACS, Z.J. et M.I. MEGYESI (2007). *Creativity and Industrial Cities: A Case Study of Baltimore*, Jena, Jena Economic Research Papers, no 2007-024, 33 p.
- ALVERGNE, C. et D. LATOUCHE (2009). «La métropolisation et la richesse des villes: l'énigme métropolitaine montréalaise», dans G. Sénécal et L. Bherer (dir.), *La métropolisation et ses territoires*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 23-66.
- BOSCH, R.A. et M. FRITSCH (2007). *Creative Class and Economic Growth. Evidence from Eight European Countries*, Jena, The Jena Economic Papers, no 2007-066, 35 p.
- CLARK, T.N. (2001). *Urban Amenities: Lakes, Opera, and Juice Bars Do They Drive Development?*, <culturalpolicy.uchicago.edu/workshop/juicebars.html>.
- FLORIDA, R. (1999). *Competing in the Age of Talents*, Pittsburgh, Report to the Mellon Foundation, <www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/2000-Competing_In_The_Age_Of_Talent.pdf>.
- FLORIDA, R. (2002). *The Rise of the Creative Class,* New York, Basic Books, 389 p. FLORIDA, R. (2004). *The Flight of the Creative Class,* New York, Harper Business, 326 p.
- FLORIDA, R. (2009). Whose Your City?, Toronto, Vintage Books, 374 p.
- GLAESER, E.L. (2005). «Review of Richard Florida's *The Rise of the Creative Class*», *Regional Science and Urban Economics*, vol. 35, p. 593-596.
- HUGHES, E.C. (1949). «Social change and status protest: An essay on the marginal man», *Phylon*, vol. X, p. 58-65.
- LANG, R. (2003). *Edgeless Cities: Exploring the Elusive Metropolis*, Washington, D.C., Brookings Institution Press, 154 p.
- LANG, R. (2006). «The sociology of the creative class», dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité à l'ère de la nouvelle économie*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 121-137.

Introduction 11

MARKUSEN, A. (2006). «Urban development and the politics of a creative class: Evidence from the study of artists», *Environment and Planning A*, vol. 38, nº 10, p. 1921-1940.

- MARKUSEN A. et G. SCHROCK (2006). «The artistic dividend: Urban artistic specialization and economic development implications», *Urban Studies*, vol. 43, nº 10, p. 1661-1686.
- McCANN, E.J. (2007). «Inequality and politics in the creative city-region: Questions of livability and state strategy», *The International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 31, no 1, p. 188-196.
- McCANN, E.J. (2008). «Livable city/unequal city: Imagining society and space in an American Boomtown», *Interventions économiques*, vol. 37, <www.teluq.uquebec.ca/pls/inteco/rie.entree?vno_revue=1&vno_numero=45>.
- PECK, J. (2005). «Struggling with the creative class», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 24, no 4, p. 740-770.
- PECK, J. (2009). «The cult of urban creativity», dans R. Keil et R. Mahon (dir.), *Leviathan Undone: The Political Economy of Scale*, Vancouver, University of British Columbia Press, p. 77-102.
- ROGERSON, R. et R. TREMBLAY (2008). «Places rated almanac and roll out neoliberalism: 25 years of guiding where to live in the US», *Journal of Knowledge Management*, vol. 12, no 5, p. 52-64.
- SAGARIN, E. (1969). *Odd Man In. Societies of deviants in America*, Chicago, Quadrangle Books, 334 p.
- SCOTT, A.J. (2006). «Creative cities: Conceptual issues and policy questions», *Journal of Urban Affairs*, vol. 28, nº 1, p. 1-17.
- SHEARMUR, R. (2006). «Quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida», dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie*; enjeux et défis, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- STORPER, M. et A.J. SCOTT (2009). «Rethinking human capital, creativity and urban growth», *Journal of Economic Geography*, vol. 9, p. 147-167.
- TREMBLAY, R. (2006). «Ottawa, technopole. Mythe ou réalité?», *Revue canadienne des sciences régionales*, vol. 28, nº 2, p. 37-61.
- TREMBLAY, R.(2008). «Is Ottawa a knowledge city?», dans N. Novakowski et R. Tremblay (dir.), *Perspective on Ottawa's High-Tech Sector*, Bruxelles, Peter Lang, p. 87-99.
- TREMBLAY, R. et H. CHICOINE (2008). «Le rôle de la qualité de vie dans la localisation des entreprises en haute technologie à Laval», *Géographie, Économie, Société*, vol. 10, nº 4, p. 493-516.
- TREMBLAY, R., R. ROGERSON et H. CHICOINE (2007). «Indicators and rankings of place quality, economic competition and community living in the city», *Interventions économiques*, vol. 37, nº 1, <www.teluq.uquebec.ca/pls/inteco/rie.entree?vno_revue=1&vno_numero=45>.
- WAGNER, G.R. (1995). «Gentrification, reinvestment, and displacement in Baltimore», *Journal of Urban Affairs*, vol. 17, no 1, p. 81-96.

Chapitre



La thèse de la « classe créative » Revue des écrits et perspectives de recherche

Sébastien Darchen et Diane-Gabrielle Tremblay

e texte a pour objectif d'identifier les concepts sur lesquels s'appuie la thèse de la *classe créative* développée par Richard Florida quant à l'analyse des dynamiques économiques contemporaines, notamment en ce qui a trait à sa définition du capital humain (ou des *talents*, pour reprendre ses termes) en tant que facteur déterminant du développement économique en milieu urbain. Pour ce faire, nous nous intéressons à deux points en particulier, soit l'origine de la théorie et son apport en ce qui concerne les facteurs d'attraction des populations en milieu urbain et le thème de la compétitivité urbaine. Nous insistons sur la filiation scientifique de cette thèse du développement économique et sur ce qu'elle apporte dans l'analyse des facteurs d'attraction des populations en milieu urbain; nous insistons

aussi sur ses applications dans les villes d'Amérique du Nord. Nous reprenons enfin certaines des critiques qui ont traité de cette thèse du développement économique en insistant sur le flou qui caractérise la définition de la «classe créative» et sur le manque de rigueur méthodologique correspondant à la construction scientifique de ce concept.

Dans un premier temps, nous rappelons comment cette approche du développement économique se rattache à un courant en économie urbaine qui a depuis longtemps fait le lien entre, d'une part, le potentiel créatif d'un espace géographique ou d'une catégorie de la population en particulier et, d'autre part, l'innovation nécessaire au développement économique. Nous revenons également sur la méthodologie utilisée par Richard Florida pour justifier son approche du développement économique en milieu urbain, l'objectif étant d'identifier clairement les principes, les indices et les indicateurs à partir desquels cette thèse est construite. Nous énumérons les critiques faites à l'encontre de la thèse en question, mais soulignons également ses mérites, notamment en ce qui a trait au fait de repenser les initiatives en termes de développement économique en s'appuyant sur la valorisation du capital humain et en insistant sur le thème de la mobilité de certaines catégories professionnelles dans un contexte de globalisation. Nous revenons également sur les applications de cette thèse qui ont déjà eu lieu dans un certain nombre de villes en Amérique du Nord, et exprimons certaines réserves quant à son application dans le cadre de politiques de développement urbain qui ne se baseraient que sur cette dernière afin de favoriser la compétitivité des villes. Nous mentionnons également certaines perspectives de recherche qui pourraient s'inspirer de cette thèse du développement économique et qui permettraient de la préciser ou de souligner des compléments possibles.

Fondements d'une thèse d'inspiration sociologique sur le développement économique en milieu urbain

La thèse de Richard Florida s'est fait connaître à la suite de la publication de quatre ouvrages successifs, publiés chez des éditeurs «grand public»: The Rise of the Creative Class et How It's Transforming Work Leisure and Everyday Life (2002), The Flight of the Creative Class: the New Global Competition for Talent (2005a), Cities and the Creative Class (2005b) et Who's your City (2008). Il convient également de préciser que la thèse a également été promue par le biais de l'entreprise de Florida, Catalyx, par un autre organisme qu'il

dirige, appelé *Creative Class Group*, et par de nombreuses entrevues dans les médias et des conférences destinées à un public majoritairement composé de décideurs politiques et d'acteurs de la sphère économique.

Les fondements de la thèse de Florida se rapprochent de la notion d'idéal-type de Weber. Le lien entre l'économie urbaine et l'émergence d'une classe sociale en particulier a en effet été mis en évidence par d'autres travaux avant ceux de Florida. Veblen (1899) et Mills (1951) avaient déjà identifié l'émergence d'une certaine classe sociale en fonction de l'évolution économique en milieu urbain. L'analyse de Veblen (1899)1 en particulier est très proche de la thèse de Florida. Veblen (1899) aurait en effet anticipé la théorie de la croissance endogène en démontrant que le changement technologique était essentiellement un processus de transformation culturelle et que cette faculté à instituer le changement est notamment détenue par une certaine classe de la société (Interventions économiques, 2007; Brette, 2002). La thèse de Florida s'inscrit également dans la tradition des théories sociales héritées de l'École de Chicago, qui mettent en valeur l'influence du mode de vie urbain sur la personnalité des individus (Lang, 2006, p. 317). Florida s'appuie donc sur un courant de pensée déjà existant; il réactualise l'idée que la ville est le lieu de la créativité et de l'innovation, de par sa diversité culturelle et sociale (Roy-Valex, 2006, p. 325). En ce sens, la thèse de Florida renvoie également aux approches de Jane Jacobs (1961, 1992), voire de Lewis Mumford (1970), qui considèrent que les centres-villes sont les berceaux de l'innovation, du fait que ceux-ci abritent une diversité accrue en termes de population par rapport à des environnements qui ne sont pas de type urbain. La thèse de Florida s'inscrit également dans la continuité des travaux de chercheurs de l'université de Lund, en Suède, qui ont mis en valeur lors des décennies 1970 et 1980 le fait qu'un milieu urbain créatif – sur le plan artistique, de même qu'en ce qui concerne la science et la technologie – est le produit de plusieurs facteurs qui sont réunis dans un même espace géographique et dans un même espace-temps (p. ex.: Florence au XIIIe et xve siècle, Vienne entre les années 1880 et 1927; New York durant les années 1950 et 1960) (Andersson, 1985; Törngvist, 1983). Andersson (1985) identifie un certain nombre de facteurs qui correspondent à ces milieux favorables à l'innovation. Entre autres, ceux-ci doivent réunir les facteurs suivants: une stabilité sur le plan financier, des infrastructures de transport efficaces afin de faciliter les communications, ainsi qu'une certaine instabilité en ce qui concerne l'avenir technologique et scientifique, qui est une condition du développement d'un milieu créatif. En cela, le critère d'Andersson (1985) concernant

^{1.} Voir le numéro 36 de la revue *Interventions économiques* consacré à Veblen: <www.teluq.uquebec.ca/pls/inteco/rie.entree?vno_revue=1>.

une diversité du milieu – il ne précise cependant pas à quoi se réfère cette diversité – rejoint l'un des critères de Florida (2005b), qui a trait à la notion de diversité qu'il mesure à l'aide du *Melting Pot Index* – les indices gai et bohémien sont également pris en compte. Selon lui, cet indicateur serait fortement en corrélation avec la concentration en entreprises de haute technologie pour une région, cette concentration étant considérée comme favorable à l'innovation. Enfin, ajoutons que Florida reprend certains éléments d'une autre enquête réalisée dans les années 1980 par Ray et Anderson aux États-Unis auprès d'environ 100 000 personnes. Dans leur livre intitulé *L'émergence des créatifs culturels. Enquête sur les acteurs d'un changement de société*, Ray et Anderson (2001) présentent les résultats de cette étude qui identifie une évolution radicale et un profond changement de société fondé sur la présence des créatifs du secteur culturel (Tremblay et Pilati, 2007a).

La thèse de Florida s'inscrit dans un certain courant de pensée en études urbaines qui fait le lien entre le potentiel d'innovation d'un certain milieu (en l'occurrence urbain) qui se caractérise par un certain capital humain (nommé capital créatif par Florida) et la croissance économique, cette dernière dépendant de la concentration de ce type de capital humain, mais sans que l'on puisse être certain du sens de la relation entre la croissance et l'afflux de *talents* (Shearmur, 2006). Au contraire, la thèse de la «classe créative» est plus affirmative quant au sens de cette relation en stipulant que certains attributs urbains favorisent l'attraction de *talents* dans certaines métropoles. Cependant, ce constat est discutable, pour certains, le fait qu'une concentration d'une population dite créative engendre l'innovation et la croissance économique a été considéré comme une extrapolation sans véritable assise empirique appuyée par une méthodologie solide (Lang, 2006; Shearmur, 2006; Malanga, 2005, 2004; Kotkin, 2004).

La thèse du développement économique de Richard Florida s'oppose aussi à des théories qui placent le territoire comme facteur générateur de l'innovation, par exemple la théorie des *milieux innovateurs* de Philippe Aydalot (Darchen et Tremblay, 2007). Florida soutient finalement le fait que le développement économique ne soit pas tant induit par le progrès technologique que par le capital humain, c'est-à-dire par la présence de cette catégorie de professionnels, source à la fois d'innovation technologique et de richesse (Peck, 2005, p. 743). Cependant, c'est à partir de la conception que Florida a du capital humain que sa thèse tout entière est construite, et ce, sans que son extrapolation de la notion de capital humain ne se vérifie empiriquement. Glaeser (2005, p. 596) montre en effet, en s'appuyant sur les indices proposés par Florida (*patents per capita*, l'indice gai et l'indice bohémien) et sur les exemples de 242 régions métropolitaines, que l'indice concernant le niveau d'éducation (personnes

détentrices d'un baccalauréat) demeure l'indicateur le plus significatif quant au lien avec les plus hauts taux d'emploi dans les secteurs dits super-créatifs, considérés dans la thèse de Florida comme le moteur de la croissance économique². Lorsqu'il s'agit de défendre sa version du capital humain qui fait intervenir les indices gai et bohémien, Florida ne peut donc apparemment pas le faire à l'aide de données empiriques; Glaeser (2005) montre que la population qualifiée demeure le facteur clé du développement économique en milieu urbain.

Florida procède donc rapidement au lien entre sa définition du capital humain et les attributs qu'une ville doit posséder pour attirer la catégorie de professionnels qu'il qualifie comme la «classe créative». La ville devient, selon l'auteur, un lieu qui doit s'adapter aux besoins de cette catégorie de professionnels afin de l'attirer, car elle est nécessaire au développement économique. Cette part de la force de travail est estimée par Florida à 38 millions de personnes et représenterait 30% de la maind'œuvre totale aux États-Unis (Peck, 2005, p. 743). Toujours selon Florida, cette classe de personnes s'identifierait davantage au lieu où elle habite qu'à l'emploi qu'elle occupe. L'auteur s'est donc efforcé d'identifier les critères qu'une ville doit réunir afin d'attirer cette classe de personnes en particulier.

2. L'organisation de la thèse de Florida: les principes

La thèse de Florida est organisée autour de l'idée que les entreprises – notamment celles des secteurs de la haute technologie - sont attirées par la présence d'un certain type de capital humain. Il s'agit plus précisément de certaines catégories professionnelles regroupées sous l'appellation de «classe créative» par l'auteur. Florida (2005b) met en valeur le fait qu'il existe un lien entre la concentration de la population de la «classe créative» et la performance d'une région métropolitaine dans le domaine de la haute technologie. Le développement économique est donc, d'après l'auteur, dépendant de la présence de cette catégorie de la population active. Cette « classe » comprend autant des artistes (écrivains, musiciens, peintres) – que Florida qualifie de bohémiens - que des scientifiques (ingénieurs, informaticiens, professeurs), que l'auteur qualifie de «classe super-créative» (Suire, à paraître, p. 10). Selon Florida, le secteur créatif comprend en fait quatre grandes catégories d'emplois qui forment l'acronyme «TAPE»; elles correspondent au secteur technologique, aux activités des arts et de la culture, aux activités professionnelles et de gestion et aux activités

^{2.} Voir son article dans cet ouvrage pour plus de détails.

d'éducation. Le secteur créatif regroupe ainsi non seulement des individus du secteur artistique, que l'on identifie souvent au secteur créatif, mais aussi des individus travaillant dans les milieux de l'information et les sciences de la vie, dans le domaine informatique et mathématiques, mais aussi bien sûr dans d'autres domaines tels que l'architecture, le design, les arts et le divertissement.

L'objectif premier de la thèse de Florida (2005b) est donc d'identifier les facteurs qui contribuent à cette attraction du capital créatif. Comme nous l'avons déjà mentionné, nous utilisons le terme de «capital créatif», car la définition de Florida va au-delà de celle du capital humain, qui repose sur le niveau d'éducation. Les catégories professionnelles prises en considération dans sa définition de la «classe créative» sont censées apporter un potentiel créatif nécessaire à l'attraction des entreprises et donc à la croissance économique. Dans son étude, qui fait appel à des entretiens semi-dirigés et à des focus group, Florida (2005b, 2002) en arrive à la conclusion que la «classe créative» est attirée par des villes qui privilégient la tolérance et la diversité. Afin de mesurer cet indice de diversité et de tolérance, Florida (2005b) utilise trois indices finalement réunis en un seul indice nommé Composite Diversity Index (CDI); celui-ci comprend l'indice bohémien, l'indice gai et le pourcentage de personnes nées à l'étranger. Florida (2005b) trouve une corrélation très forte entre cet indice de diversité et de tolérance et la concentration en entreprises dans les secteurs de la haute technologie à l'échelle d'une région métropolitaine, ce que l'auteur considère comme un facteur déterminant de la croissance économique future. La thèse de Florida repose finalement sur une définition particulière de la notion de capital humain, dont certains diront qu'elle n'apporte rien de plus (Glaeser, 2005; Shearmur, 2006). Ainsi, Florida (2005b) se démarque de la notion de capital humain habituelle, qui repose plus souvent sur le niveau d'éducation de la population en question; nous nous référons ici aux recherches qui font le lien entre la présence d'un capital humain dans une ville et sa croissance sur le plan économique (Glaeser et Saiz, 2004; Shapiro, 2003; Simon, 1998). Toutefois, Florida (2003, p. 8) différencie sa thèse du développement économique par rapport à celle du capital humain sur deux points: 1) sa thèse met en valeur un certain type de capital humain, le capital créatif, basé sur la concentration de certaines catégories professionnelles nécessaires à la croissance économique; 2) sa thèse identifie les facteurs sous-jacents ayant une influence sur la localisation de ces catégories professionnelles.

Florida (2005b) procède à une hiérarchisation des régions métropolitaines les plus innovantes en utilisant un indice composite nommé *Creativity Index*, qui fait intervenir trois indices en particulier: le *High-Tech Index*, qui mesure le potentiel d'une région en ce qui concerne une économie dans les secteurs de la haute technologie³; l'Innovation Index, qui prend en compte le nombre de brevets émis pour une région en considérant une population de 10 000 habitants; l'indice de créativité tient enfin compte du degré de «tolérance» d'une région, mesuré en considérant les indices gai et bohémien (Florida, 2005b, p. 156). En considérant quinze régions métropolitaines des États-Unis, l'auteur établit qu'il existe une corrélation significative entre les régions métropolitaines qui affichent des taux élevés concernant l'indice de créativité, leur potentiel en termes d'innovation et leur performance en ce qui concerne la concentration d'entreprises dans les secteurs de la haute technologie. En prenant l'exemple de New York, Florida (2005b, p. 158-159) montre qu'il y a corrélation entre la bonne performance en ce qui concerne l'indice *High-Tech* et des résultats élevés concernant les indices bohémien et gai. En ce qui a trait à l'indice High-Tech, New York devance en effet des régions considérées comme étant des pôles émergents dans les secteurs de la haute technologie: Raleigh-Durham Research Triangle et des régions métropolitaines comme Denver ou Minneapolis (Florida, 2005b, p. 158).

D'après Florida, certains attributs des espaces métropolitains (diversité ethnique, tolérance, potentiel économique dans le domaine de la haute technologie) seraient des conditions de succès économique. Florida (2005b) met en valeur des corrélations entre la concentration en capital créatif, le potentiel d'innovation des régions métropolitaines, la concentration de l'économie dans les domaines de la haute technologie et l'indice de diversité de ces régions. En bref, le potentiel économique d'une région métropolitaine se mesure en prenant en considération la performance en ce qui concerne les 3T (talent, technology, tolerance). Suivant cette perspective, l'attraction des talents est donc une composante importante du succès économique d'une région métropolitaine.

Il faut reconnaître que la méthodologie qui sous-tend la thèse de la «classe créative» est relativement élaborée. Il faut sans doute aller chercher les lacunes de cette thèse du développement économique dans la faculté de Florida à faire des liens entre les notions qu'il utilise (p. ex.: le degré de tolérance et de diversité est lié à la performance économique dans le domaine de la haute technologie et au potentiel en termes d'innovation, comme dans le cas de New York) et la réalité empirique qui, sur le plan statistique, ne confirme pas toujours clairement les corrélations

^{3.} Cet indice est basé sur la proportion (établie par rapport aux revenus en dollars) représentée par une économie dans les secteurs de la haute technologie pour la région en question, par rapport à l'activité totale de cette région et également par rapport à l'activité en haute technologie à l'échelle nationale (Florida, 2005b, p. 156).

conceptuelles dont l'auteur fait état. Il est indéniable que cette thèse est appuyée théoriquement, mais la démarche scientifique des ouvrages laisse parfois à désirer en ce qui concerne le lien entre la construction conceptuelle de cette théorie et la réalité empirique évoquée.

À la lecture des différents ouvrages de Florida, on est en droit de se demander si le lien entre le degré de tolérance et de diversité d'une région métropolitaine et son potentiel sur le plan économique va bien dans le sens qu'il la présente, ou si ce n'est pas plutôt l'inverse, à savoir que les villes qui croissent sur le plan économique attirent une diversité de populations, puisqu'on y trouve de nombreux emplois. Aussi, comme le souligne Glaeser (2005), la tentative d'extrapolation de Florida sur le plan de la définition de la notion de capital humain et de son influence sur la croissance économique, si elle ouvre bien des perspectives nouvelles dans la mesure où l'on admet que son concept de capital humain est plus large, n'est pas nécessairement convaincante sur le plan scientifique, ou en ce qui concerne les stratégies de développement urbain qu'il faudrait réorienter en ce sens. Ainsi, comme nous l'avons déjà mentionné, il est loin d'exister un consensus sur le fait que les talents suivent l'emploi ou si, comme l'affirme Florida, la croissance est dépendante de l'attraction des talents. Nous revenons sur ce point dans la partie suivante. L'intérêt des travaux de Florida et notamment les idées véhiculées dans ses deux derniers ouvrages *The Flight of the Creative* (2005) et *Who's your City*⁴ (2008) portent sur la mise en valeur du concept de mobilité en lien avec une distribution des attributs des métropoles en termes de créativité et de potentiel de développement économique. Il est, d'après l'auteur, loin d'être égalitaire; la géographie des villes est *spiky* (la globalisation économique ne favorise pas une répartition égalitaire des attributs en termes urbains des métropoles, mais au contraire exacerbe les particularités des régions métropolitaines). L'auteur, dans son dernier ouvrage, nous rappelle que la décision relative au lieu où l'on choisit demeure l'une des décisions les plus importantes de notre existence, notamment en termes d'épanouissement professionnel, mais aussi sur le plan professionnel. L'idée intéressante du plus récent ouvrage est notamment de mettre en valeur la distinction entre les personnes mobiles (celles capables d'aller chercher, voire de choisir les occasions offertes par les différentes régions métropolitaines qui conviennent à leurs perspectives de vie et les non-mobiles, celles qui ne peuvent choisir) dans un contexte de globalisation et d'une économie basée sur les activités créatives. Cependant, si cette thèse de la répartition

^{4.} Il existe également une version canadienne de cet ouvrage publiée en 2009, l'auteur ayant déménagé récemment à Toronto, il s'intéresse de plus en plus au potentiel des villes canadiennes.

des *talents* paraît pertinente, est-elle aussi simple que l'auteur veut bien le laisser croire? Nous faisons état dans la section suivante de certaines des restrictions qu'il est possible de mettre en valeur concernant cette thèse du développement économique.

3. Les principales critiques à l'endroit de la thèse de la « classe créative »

On peut énumérer trois critiques principales face à la thèse de Florida à partir des écrits sur le sujet:

- la thèse de Florida constitue une interprétation simplifiée de la croissance économique en milieu urbain dans le contexte contemporain;
- le fait que l'ensemble des catégories professionnelles constitutives de la «classe créative» souhaiterait résider dans les centres à caractère urbain (plutôt que la banlieue) est un *a priori* discutable;
- certains choix méthodologiques seraient aussi discutables.

Revenons sur le premier point. D'abord, la question du lien entre la croissance et le talent (c'est l'expression qu'il emploie) n'est pas aussi simple que l'affirme Florida. Sur le plan empirique, il n'existe en effet aucune preuve solide que le talent engendre la croissance plutôt que le contraire, c'est-à-dire que le talent soit attiré par la croissance. Certains chercheurs considèrent que le lien de causalité entre les deux serait plutôt circulaire et cumulatif plutôt qu'unidirectionnel comme l'affirme Florida (Shearmur, 2006, p. 10). De plus, la croissance économique serait le résultat de plusieurs facteurs plutôt que le résultat d'un seul facteur en particulier (Shearmur, 2006, p. 3). En outre, des études indiquent plutôt que les personnes les plus éduquées auraient également tendance à être les plus mobiles; ainsi, le milieu ne bénéficierait pas forcément de ce capital humain fortement mobile et attiré par les lieux où les salaires sont les plus élevés (Dicken et Lloyd, 1990; Courchene, 1986). Cependant, cela n'empêche pas la thèse de Florida de servir de référence quant à l'orientation de certaines politiques de développement économique, notamment dans les métropoles canadiennes⁵. Le lien que fait Florida entre sa définition du capital humain dans un contexte économique qui privilégie le savoir – Knowledge Based Economy – et l'aménagement, voire la gestion politique des villes qui se doivent d'être tolérantes et privilégiant la diversité afin de maximiser le

^{5.} Voir étude sur Montréal, Stolarick, Florida et Musante (2005).

potentiel créatif de leur population, est vu par certains comme un apport important concernant la question de la compétitivité entre les villes (Courchene, 2005, p. 4).

Le second point important de la thèse de Florida, à savoir que cette « classe créative » préfère les centres urbains plutôt que d'autres lieux, est également critiqué. David Brooks (2002) par exemple – un journaliste du New York Times – a mis en valeur l'émergence d'une nouvelle bourgeoisie éduquée ayant certaines habitudes de vie et qui constitue la classe dominante aux États-Unis, dans le sens que celle-ci accède aux postes les plus importants. Cependant, il constate que cette classe dominante, qui coïncide assez bien avec la «classe» définie par Florida (2002), demeure non pas dans les centres mais en lointaine banlieue, là où ils peuvent avoir l'espace nécessaire pour profiter de leur confort matériel. Cette ville que Brooks (2002) qualifie de «banlieue de la banlieue», il la nomme Sprinkler City (la ville des arrosoirs automatiques). Elle est la représentation d'une utopie à caractère conservateur, donc très éloignée de la diversité qui caractérise les centres, qui sont le lieu d'habitation de prédilection de la «classe créative», selon Florida. Si Brooks (2002) a raison quant au type d'environnement que préfère cette catégorie de professionnels, la thèse de Florida, qui consiste à rendre les milieux urbains attractifs pour cette «classe» en particulier, perdrait alors beaucoup de sa pertinence. Malanga (2005, 2004), un conservateur sur le plan politique, estime que la théorie de la «classe créative » est largement destinée à un groupe de décideurs orienté politiquement à gauche et aux aménageurs/urbanistes en quête de nouvelles directives quant au développement urbain. Cependant, Malanga (2005) précise que la croissance économique se produit non pas dans les centres, mais plutôt en périphérie des régions métropolitaines: San Francisco, par exemple, en tant que ville «branchée», n'a pas connu de croissance économique significative alors que San Jose, une vaste banlieue sans centralité, a connu une croissance économique importante depuis 30 ans. La question mérite certes d'être posée; il est fort possible qu'il y ait des différences d'un pays à l'autre et que la thèse ne tienne pas dans toutes les régions métropolitaines ou tous les pays.

Les critiques principales à l'égard de la thèse de Florida portent sur le manque d'assise théorique solide qui soutient cette approche du développement économique contemporain. La définition de la «classe créative» en tant que telle prête à confusion; or, elle constitue la base de la thèse de Florida. Ainsi, Markusen (2006) fait remarquer que la définition de la «classe créative» intègre plusieurs groupes professionnels (analystes financiers, actuaires, ingénieurs mais également des artistes), alors que chacune de ces catégories a des comportements différents, notamment en ce qui concerne leur préférence quant au lieu d'habitation à l'échelle

métropolitaine. À cet égard, dans le cadre d'une recherche portant sur l'attraction des étudiants dans le domaine des sciences et de la technologie, nous avons constaté que 63 % des répondants souhaiteraient demeurer en banlieue plutôt qu'au centre-ville. Nous avons considéré que les étudiants en sciences et technologie constituent la main-d'œuvre future faisant partie des catégories professionnelles de la «classe créative»; notre recherche met également en valeur le fait que les critères liés aux occasions d'emploi (la qualité du travail et le niveau du salaire) ont une influence plus importante sur les trajectoires de mobilité des étudiants diplômés en science et technologie (cette population ayant été choisie comme une approximation de la catégorie professionnelle des travailleurs du savoir ou knowledge workers). Nos travaux confirment également que les attributs liés aux espaces urbains ont un impact moindre que les occasions d'emploi ou le réseau social⁶. À cet égard, la notion de talent dans la thèse de Florida fait référence aux types d'activités professionnelles plutôt qu'au niveau d'éducation; la notion de Florida correspond donc à une version élargie de la notion de capital humain, la prise en compte de ce capital créatif serait, d'après Florida (2005b, p. 6), un indicateur plus précis afin d'évaluer le potentiel en termes d'innovation et de croissance économique d'une région. Cependant, la définition de la classe créative en tant que telle pose en effet certains problèmes; elle est de fait relativement floue, et elle incorpore différentes catégories de professionnels dont les goûts, aspirations et habitudes sont sans doute assez différents. De plus, la part de 30 % de créatifs estimée par Florida par rapport au total de la population américaine serait beaucoup trop élevée selon divers auteurs (Shearmur, 2006; Tremblay, 2004). Il faut enfin conclure que le calcul de la part de professionnels appartenant à la «classe créative» possède une lacune majeure, celle de considérer que toutes les catégories professionnelles constitutives de la «classe créative» ont les mêmes aspirations quant à leur mode de vie.

Il convient aussi de souligner que la question de la différenciation des espaces métropolitains n'est pas prise en considération dans l'approche de Florida. À cet égard, l'historien américain Joel Kotkin s'est longtemps opposé à la thèse de Florida en affirmant que la croissance économique des métropoles concernait avant tout les espaces de banlieues et qu'il était donc peu pertinent de penser avoir une influence sur la croissance économique en privilégiant l'aménagement des centres urbains. Évidemment, les questions touchant villes et banlieues se posent fort différemment d'un pays à l'autre, et surtout très différemment en Amérique et en Europe, notamment en France, où le concept de banlieue renvoie à tout autre chose qu'aux États-Unis.

^{6.} Voir Darchen et Tremblay (2009 et 2008).

Pour résumer, les critiques portent sur le manque de rigueur conceptuelle de la thèse proposée par Florida: les concepts de « classe créative » et de « talent » sont peu définis, ou alors en des termes trop vagues (Markusen, 2006; Shearmur, 2006). La méthodologie étant basée sur ces concepts, on peut émettre quelques doutes sur la validité des facteurs prépondérants concernant la croissance économique dans le contexte actuel que l'auteur a identifiés, et qui sont les suivants:

- *a)* la concentration d'une population appartenant à la «classe créative» est le moteur de la croissance économique;
- b) cette «classe créative» choisit de s'installer dans certaines villes en raison de la qualité de vie et des attributs urbains qui les caractérisent plus que pour leurs occasions en termes d'emplois;
- c) les villes les plus susceptibles d'attirer cette «classe créative» doivent proposer des environnements tolérants et accueillants à la diversité.

Dans un premier temps, comme le fait remarquer Levine (2004, p. 8), les classements proposés par Florida ont peu de signification sur le plan statistique. Par exemple, en ce qui a trait à la concentration de la population de la «classe créative» dans les régions métropolitaines, 34 des 49 régions métropolitaines les plus importantes des États-Unis se retrouvent à au plus 5 points de pourcentage de différence l'une de l'autre; cet écart est trop mince pour avoir une signification sur le plan statistique. Deuxièmement, preuves à l'appui, Levine (2004, p. 12) montre que l'affirmation de Florida concernant le fait que la «classe créative» préfère vivre en ville plutôt qu'en banlieue n'est pas statistiquement vérifiée. En considérant les dix régions métropolitaines des États-Unis dont la concentration en travailleurs de la «classe créative» est la plus élevée, Levine (2004, p. 12) montre qu'il n'existe pas de différence significative sur le plan statistique entre la part de la «classe créative» qui choisit la ville et la part des travailleurs toutes catégories professionnelles confondues qui fait également ce choix. Dans deux des régions classées par Florida dans les dix premières en termes de concentration de cette «classe créative », à savoir Washington (DC) et Hartford (Connecticut), plus de 90 % des catégories de professionnels constitutives de la classe en question a choisi d'habiter la banlieue. Le lien entre la présence de cette «classe créative» et la revitalisation économique des centres urbains se trouve donc fragilisé par le manque d'appui empirique et de preuves statistiques qui pourraient prouver que cette catégorie de la population préfère s'établir dans les centres plutôt qu'en banlieue. De plus, la thèse de Florida va à l'encontre de la tendance actuelle, qui considère que le centre de gravité économique des régions tend à se déplacer hors des villes centrales et vers les banlieues.

4. Applications de la thèse de Florida et perspectives de recherche

La thèse de Florida, que l'on peut résumer par le fait que ce ne serait plus l'innovation technologique et la présence de certaines ressources matérielles qui seraient les moteurs du développement économique, mais bien le «talent» – ou la concentration d'une certaine catégorie de professionnels et de créatifs – permet une application dans le cadre de la politique urbaine. Florida (2005a, 2005b, 2002) propose en fait une formule simple et donc facilement applicable dans un contexte urbain, et sa thèse a ainsi connu une large diffusion. Bien qu'il ait une approche un peu particulière, l'auteur se situe malgré tout dans la lignée d'autres travaux qui mettent en valeur le lien entre le capital humain et la croissance économique en milieu urbain (Markusen, 2006; Glaeser, 2005, 2000; Glaeser et Saiz, 2004; Simon, 1998). Florida (2005a, p. 54) livre donc une stratégie de développement économique simple: une ville doit s'efforcer de considérer ces trois facteurs et améliorer celui où elle est plus faible, cela afin d'accroître sa capacité d'attraction en ce qui a trait au capital humain défini en tant que «classe créative». Si de nombreux auteurs⁷ reconnaissent le lien entre la concentration en capital humain et la croissance économique d'une région ou d'une métropole en particulier, aucun n'est aussi catégorique que Florida pour en faire l'unique solution capable de promouvoir le développement économique8. La thèse de la «classe créative» est donc assez affirmative quant au sens de la relation entre l'afflux de talents et la croissance économique. Comme le précise Donald (2006), la thèse de Florida va à l'encontre de travaux – Fainstein (2001) et Harvey (2000) en particulier – qui mettent en avant la contradiction entre les notions de justice sociale et de politiques urbaines entrepreneuriales. Peck (2005) insiste aussi sur les thèmes de l'équité urbaine et de la pauvreté urbaine, qui ne participent pas à la réflexion de Florida sur le développement économique des villes. Dans la même veine, Levine (2004) fait remarquer que compte tenu du caractère assez fragile de cette thèse sur le plan méthodologique, il serait risqué d'en faire un modèle quant au développement économique, ou encore une panacée afin de promouvoir la croissance de certaines villes en mal de solutions politiques. Lorsqu'on s'intéresse au développement économique dans une perspective de plus grande équité entre citoyens, notamment dans la perspective du développement économique local ou des

^{7.} En particulier Glaeser, 2005, 2000; Glaeser et Saiz, 2004; Markusen, 2006; Simon, 1998, mais aussi nombre d'économistes.

^{8.} Landry, C. (2000). *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*, Londres, Earthscan; correspond également à l'approche préconisée par Florida.

initiatives socioterritoriales de l'économie sociale (Tremblay, Klein et Fontan, 2009), cette thèse peut présenter des éléments qui ont de quoi inquiéter, puisqu'elle semble bien favoriser une seule classe (créative) aux dépens des autres.

Selon divers auteurs, la thèse de Florida risque de faire oublier aux villes leur responsabilité à l'égard de l'équité du point de vue du développement économique, mais surtout de ses effets (répartition des emplois, de la richesse et des occasions d'enrichissement, au sens propre et au plan culturel, notamment). Malgré ses imperfections, la thèse de Florida a été utilisée afin d'expliquer l'écart en ce qui concerne le développement économique des villes, et ce, en se basant sur la notion de capital créatif. Marlet et Van Woerkens (2004), en se basant sur les 50 plus importantes villes de la Hollande, montrent qu'il existe un lien entre la présence de la catégorie de professionnels définie par Florida et la performance économique des villes en indiquant que la catégorie de la «classe créative» est un meilleur indicateur qu'une approche qui considère simplement un indicateur en termes de capital humain9. Les auteurs confirment également que comme le prétend Florida, il existe une corrélation entre la concentration de la population définie en tant que «classe créative» et la croissance économique des villes. Toutefois, les auteurs ne confirment pas l'intégralité de la thèse de Florida: l'effet bohémien, à savoir que la concentration d'une population dont la profession a trait à une activité artistique a une influence restreinte (en tant qu'indicateur) sur les écarts de croissance entre les villes considérées. Marlet et Van Woerkens (2004) suggèrent à ce sujet que la notion de créativité employée par Florida devrait être mieux définie afin d'être prise en compte comme indicateur dans la croissance économique des villes. Les auteurs confirment également que ce n'est vraisemblablement pas le degré de tolérance des villes qui explique leur attractivité face à la «classe créative», mais plutôt la présence d'infrastructures urbaines (présence d'édifices historiques, activités culturelles, qualité de l'environnement), comme l'affirment Glaeser et al. (2004).

^{9.} La notion de capital humain fait en général référence au niveau de scolarité d'une population et non au type d'occupation professionnelle, comme cela est le cas dans le cadre de la définition de Florida, qui inclut la population des bohémiens; on évoquera donc plus le terme «capital créatif» que capital humain en ce qui concerne la thèse de la «classe créative».

Quoi qu'il en soit, la thèse de Florida a gagné très rapidement l'intérêt de nombreux professionnels du développement économique et de dirigeants municipaux¹⁰. À défaut d'être reconnue comme parfaitement rigoureuse sur le plan méthodologique, cette thèse est très attrayante afin d'appuyer une stratégie de développement économique qui prône l'appui aux secteurs dits créatifs. À Baltimore, à Memphis, au Michigan et en Ontario (Toronto), la thèse de Florida sert de base à la mise en place de stratégies de développement économique. Dans le cas de Montréal, l'étude réalisée en 2005 afin d'évaluer le potentiel de la ville selon la théorie du capital créatif de Florida (Stolarick, Florida et Musante, 2005) ne semble pas avoir eu d'effet concret à ce jour, mais il reste à voir si la visite de Florida à Montréal, en 2009, aura des effets. Dans le cas d'Halifax, la stratégie de développement économique à l'échelle régionale mentionne une citation de Florida, ainsi que sa thèse du capital créatif; on affirme que le potentiel créatif de la population se doit d'être mis en valeur par des milieux de vie urbains tolérants et accueillants (Halifax Regional Municipality, 2005, p. 20). Dans le cas de Winnipeg, des suggestions sont faites quant à une stratégie de développement économique prenant en compte les thèses de Florida quant à l'attraction des catégories de professionnels constituant la classe créative (Canada Research Chair in Urban Change and Adaptation, 2006). Si la thèse de Florida est sans doute à considérer comme une stratégie de développement économique à l'échelle d'une région métropolitaine, il reste que de nombreux questionnements quant à l'application de cette théorie du capital créatif en tant que moteur du développement économique restent à être précisés:

- À quelle échelle la théorie du capital créatif peut-elle être appliquée (celle de la région métropolitaine, de la ville, du quartier)?
- Comment s'articule cette approche du développement économique avec des stratégies plus conventionnelles qui privilégient l'attraction de certaines entreprises plutôt que d'être centrées sur la main-d'œuvre?

^{10.} Il était d'ailleurs invité encore récemment à présenter une conférence en plénière du congrès annuel de l'Association des économistes du Québec, tenu à Montréal en mai 2009, conférence à laquelle assistait le maire de Montréal, Gérald Tremblay. Il y a quelques années, il avait produit un rapport invitant la ville de Montréal à s'orienter en fonction de ses thèses (Stolarick, Florida et Musante, 2005).

Comment allier l'approche de Florida avec des politiques de développement urbain orientées par des valeurs telles que l'équité sociale, puisque ses propositions ne tiennent pas compte d'une grande partie de la population ne détenant pas des talents artistiques, créatifs ou autres?

Il convient également d'ajouter que l'auteur utilise des données concernant les régions métropolitaines qui incorporent les espaces de la banlieue à la ville centrale, ce qui peut biaiser quelque peu les observations (Tremblay, 2006, p. 42). Les résultats concernant par exemple la performance d'une économie en matière de haute technologie pourraient être attribuables à des pôles suburbains performants dans ce domaine, plutôt qu'au degré de tolérance et de diversité qui caractérisent les centres urbains. À cet égard, comment expliquer la performance économique de pôles de banlieue, notamment dans le domaine de la haute technologie (Laval, Kanata) qui font figure sur le plan de l'aménagement et de l'atmosphère de *nerdistans* – pour reprendre le terme de Kotkin (2000) –, donc fortement éloignés des critères de Florida quant aux critères de diversité et la tolérance pour définir les quartiers urbains, mais pourtant très performants sur le plan économique?

De fait, l'un des défauts de la thèse de Florida est sans doute d'être peu ouvert à d'autres dynamiques et explications, qui sont pourtant tout aussi valables pour expliquer le succès de certaines régions, et notamment des banlieues.

Précisons que les dynamiques des entreprises vers certaines régions géographiques s'expliquent également par la structure industrielle, des effets d'agglomération, ainsi que la situation géographique; bref, la croissance économique d'une région ou d'une ville peut difficilement être attribuable à un seul facteur comme l'affirme Florida (Shearmur, 2006, p. 286). Par contre, malgré le fait que la thèse de Florida écarte d'autres théories du développement économique en milieu urbain pour ne privilégier que cette approche du capital créatif, celle-ci a néanmoins le mérite de proposer de nouvelles manières de promouvoir le développement économique des villes, notamment la valorisation du capital créatif et des initiatives en matière culturelle ou artistique. Cependant, de là à faire abstraction de travaux qui mettent en valeur des principes reconnus dans le domaine de l'économie urbaine, il y a un pas que plusieurs instances décisionnelles relatives au développement urbain n'hésitent apparemment pas à franchir. On peut notamment énumérer certains faits qui s'opposent à la thèse de Florida, mais dont celui-ci ne tient pas compte dans l'élaboration de sa démarche:

- le fait que la «classe créative», plus mobile que la classe moyenne, se déplacerait vers les régions métropolitaines offrant les emplois les plus rémunérateurs (sur ce point, de nombreux auteurs reconnaissent que la relation de causalité entre les deux est sans doute circulaire et cumulative, entre autres Shearmur (2006) et Tremblay et Pilati (2007b);
- le fait que l'attraction du capital humain soit un facteur à considérer dans le processus de croissance économique d'une région économique, mais qu'il n'est pas le seul. La croissance économique se rapporte en effet à l'analyse d'une combinaison de facteurs, plutôt qu'à un facteur explicatif unique (Lewis, 1955);
- enfin, le principe du *trickle down effect*, qui veut que la majorité profitera à long terme du succès de l'élite créatrice s'apparente plus à une opinion politique qu'à une théorie économique (Shearmur, 2006).

Concernant les perspectives de recherche, nous suggérons de tester la validité de l'influence des attributs urbains concernant la mobilité des talents. Nos travaux ont partiellement répondu à cette question en considérant les facteurs influençant la mobilité des étudiants diplômés (ce qui nous donne une approximation du comportement de cette catégorie professionnelle concernant sa mobilité); toutefois, il serait intéressant d'élargir cette recherche aux différentes catégories professionnelles constitutives de la classe créative. Un autre point important serait de nuancer cette théorie du développement économique en distinguant les comportements ou préférences en termes de lieu de vie des différentes catégories professionnelles composant cette «classe» créative; bien entendu du fait que cette thèse généralise une tendance pour différentes catégories professionnelles, il est difficile de la tester empiriquement; en outre, il conviendrait de considérer d'autres composantes pouvant influencer la mobilité des dites catégories professionnelles, la dimension géographique nous paraît importante (de quelles régions vers quelles régions se font les migrations de talents). Il est fort probable que ces flux ne sont pas homogènes au sein d'un territoire géographique¹¹ donné, comme l'ont déjà mis en avant des travaux portant sur les migrations des diplômés (Polèse et al., 2005). Nous considérons qu'il est important d'étoffer cette thèse du développement économique par des compléments (qui pourraient porter sur la dimension

^{11.} Polèse et al. (2005) mentionne l'effet « région canadienne »: les flux migratoires sont orientés vers certaines régions plutôt que d'autres, et ce, pour des raisons complexes liées à l'histoire et à la conjoncture économique régionale, notamment.

géographique) qui permettraient peut-être de valider cette thèse et d'éventuellement l'appliquer à des fins de développement économique ou concernant la mise en place de politiques urbaines.

Bref, aussi intéressante soit-elle pour la mise en valeur des activités culturelles et créatives, la thèse de Florida ne doit pas mener à des politiques de développement urbain qui se concentrent sur une apparence de prospérité, sans que des problèmes économiques flagrants et hérités de longue date ne soient véritablement résolus, notamment ceux qui touchent une population ou des classes non concernées directement par l'approche de la prospérité urbaine préconisée par Florida.

Conclusion

Au terme de ce chapitre, il convient de reconnaître que la thèse de Florida repose sur une idée forte et a ouvert des perspectives intéressantes sur le plan du développement économique. Florida a attiré l'attention sur le lien entre la définition du «talent» ou du capital créatif (qui inclut les composantes gaie et bohémienne) et les décisions en ce qui concerne l'aménagement des centres urbains, afin non seulement d'attirer ce «talent», mais également de lui permettre de s'épanouir et de contribuer à la croissance économique en milieu urbain. L'insistance sur la notion de mobilité (surtout dans les deux derniers ouvrages) de certaines catégories professionnelles par rapport à d'autres semble également pertinente dans un contexte de globalisation économique. La thèse est certes intéressante, mais son principal défaut serait d'évacuer d'autres approches qui pourraient être complémentaires dans l'explication des succès économiques de certaines régions géographiques, par exemple les pôles suburbains performants dans le domaine de la haute technologie: Kanata (Ottawa) et Saint-Laurent (Montréal). Ces succès semblent s'expliquer tout autant par une flexibilité accrue de l'appareil de production, qui permet à certains secteurs d'activité, comme les activités en haute technologie, de se concentrer dans certains pôles de banlieue. Nous ne pouvons affirmer dans ce cas que la croissance économique soit liée à l'attraction de certaines catégories professionnelles, car cela pourrait bien être le contraire. En effet, la population peut bien suivre le mouvement des entreprises.

Il faut conclure que la thèse de Florida est loin de pouvoir expliquer tous les cas de succès économique. Afin d'être plus convaincante, la thèse devrait en outre tenir compte des échelles territoriales auxquelles l'auteur fait référence dans son analyse de la croissance économique en distinguant clairement les espaces centraux des espaces suburbains et périurbains.

Il convient toutefois de reconnaître que la thèse de Florida a le mérite d'attirer l'attention de nombre de décideurs publics sur de nouvelles sources possibles de développement économique, ainsi que de mettre en évidence le rôle potentiellement positif du secteur des arts et de la création. Elle permet également de souligner l'importance de facteurs d'attraction concernant le capital humain qui n'avaient jusqu'ici pas vraiment été considérés (le niveau de tolérance et de diversité d'une ville) qui certes ajoutent à la réflexion sur les moteurs de la croissance économique des villes et sur leur niveau de compétitivité dans le contexte contemporain, mais qui ne jouent peut-être pas toujours un rôle aussi important qu'indiqué. Nos travaux montrent aussi que l'influence des attributs liés au milieu urbain sur la mobilité d'une certaine catégorie de professionnels (notre recherche prend en compte les étudiants diplômés en sciences et technologie en tant qu'approximation du comportement de mobilité de la catégorie professionnelle des travailleurs du savoir) peut varier en fonction du lieu d'origine des personnes¹². Cependant, les concepts proposés par l'auteur concernant sa définition élargie de la notion de capital humain se doivent d'être maintenant vérifiés empiriquement avant de faire l'objet d'applications éventuelles.

Sans diminuer les mérites de cette thèse, les chercheurs ont pu identifier une série de faiblesses assez importantes, ce qui n'empêche pas cette théorie de faire dorénavant partie des thèses concernant les stratégies de développement économique et d'être intégrée à un grand nombre de plans de développement économique au Canada (Halifax, Winnipeg, Toronto, Vancouver) comme ailleurs, et principalement aux États-Unis.

Bref, au terme de ce chapitre, il convient de reconnaître que cette thèse est séduisante et bien articulée, ce qui explique certes son succès auprès des instances municipales qui élaborent des stratégies de développement économique, dans un contexte économique qui privilégie les activités de la créativité ou du savoir. Toutefois, la recherche dans le domaine économique et des études urbaines invite à une certaine prudence quant à l'application de cette thèse. Il faut reconnaître que Florida ne nous apporte qu'une réponse partielle à une réalité économique complexe, qui ne peut s'expliquer totalement par le seul recours à une définition de la notion de capital humain adaptée au contexte actuel, parce que davantage centrée sur les talents ou les créatifs. C'est d'autant plus le cas que le sens de la relation entre la croissance économique des régions métropolitaines et l'attraction

^{12.} Notre recherche montre que selon l'origine (nous distinguons les étudiants provenant de Montréal, du reste du Québec et de l'étranger), l'influence des attributs urbains varie selon l'origine des étudiants; voir: Darchen et Tremblay (2008).

des *talents* est loin d'être établi. De fait, une recherche que nous avons menée sur l'attraction et la rétention des étudiants dans le domaine des sciences et de la technologie confirmerait que les *talents*¹³ privilégieraient avant tout les occasions d'emplois (qualité de l'emploi et niveau du salaire) quant à leur choix de résidence dans une région métropolitaine. Nos résultats ne mettent pas en valeur de préférence marquée pour l'ensemble des répondants en ce qui concerne les caractéristiques des espaces métropolitains en tant que facteurs d'attraction quant à leur choix de lieu de résidence une fois diplômés. En effet, cette recherche confirmerait des analyses plus critiques de la thèse de la «classe créative», selon lesquelles l'affirmation du lien entre l'attraction de *talents* et la croissance économique serait une simplification d'une réalité plus complexe. Nos travaux confirment que l'emploi apparaît un facteur d'attraction plus important, même si la qualité des espaces de vie et urbains entrent en jeu dans la décision de s'installer dans une ville plutôt qu'une autre.

Références

- ANDERSSON, A.E. (1985). «Creativity and regional development», *Papers of the Regional Science Association*, no 56, p. 5-20.
- BRETTE, O. (2002). «Connaissances technologiques, institutions et droits de propriété dans la pensée de Thorstein Veblen. Journées d'étude organisées par le Centre Auguste et Léon Walras: institutionnalismes et évolutionnismes », confrontations autour de perspectives empiriques, 2-3 décembre, Lyon.
- BROOKS, D. (2002). "Patio man and the sprawl people", *The Weekly Standard*, vol. 7, no 46.
- CANADA RESEARCH CHAIR IN URBAN CHANGE AND ADAPTATION (2006). «Economic restructuring in Winnipeg. Attracting creative workers and capturing investment in new growth sectors», *Research Highlight*, no 7, 5 p.
- COURCHENE, T.J. (1986). «Le redressement régional, le système de transfert et le fédéralisme canadien», dans D.J. Savoie et A. Raynauld (dir.), *Essais sur le développement régional*, Montréal, Presses universitaires de Montréal, p. 59-93.
- COURCHENE, T.J. (2005). «Citistates and the state of cities: Political-economy and fiscal-federalism dimensions», *IRPP Working Paper Series*, nº 2005-03, 41 p.

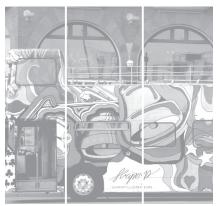
Nous faisons référence dans le cadre de cette recherche aux étudiants qui seront la future main-d'œuvre dans le domaine des sciences et de la technologie; voir Darchen et Tremblay (2009, 2008).

- DARCHEN, S. et D.-G. TREMBLAY (2007). «Les clusters, les milieux innovateurs et la classe créative: revue des écrits et analyse de leur application en milieu urbain», Notes de recherche de la Chaire de recherche du Canada sur les enjeux socioorganisationnels de l'économie du savoir, n° 2008-01, 54 p., <www.teluq.uqam. ca/chaireecosavoir>.
- DARCHEN, S. et D.-G. TREMBLAY (2008). «La mobilité des étudiants en science et technologie: analyse des facteurs d'attraction et de rétention à partir de la thèse de la "classe créative". Le cas de Montréal », communication présentée dans le cadre du colloque de l'Association de science régionale de langue française, Territoires et action publique territoriale. Nouvelles ressources pour le développement régional. Université du Québec à Rimouski, Rimouski, 25-27 août, Texte disponible en ligne sur le site du colloque et sur <www.teluq.uqam.ca/chaireecosavoir>.
- DARCHEN, S. et D.-G. TREMBLAY (à paraître). «Attracting and retaining knowledge workers: The impact of quality of place in the case of Montreal», dans K. Metaxiotis, J. Javier Carrillo et T. Yigitcanlar (dir.), *Knowledge-Based Development for Cities and Societies: Integrated Multi-Level Approaches*, Hershey, IGI Global Editions.
- DARCHEN, S. et D.-G. TREMBLAY (2010). «What attracts and retains knowledge workers/students: The quality of place or career opportunities? The case of Montreal and Ottawa». Accepté et à paraître dans *Cities* (Réf. nº JCIT-D-09-00070R1).
- DICKEN, P. et P.E. LLOYD (1990). Location in Space, New York, Harper & Row.
- DONALD, B. (2006). «From growth machine to ideas machine. The new politics of local economic development in the high-skilled city», dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie : enjeux et défis*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 269-284.
- FAINSTEIN, S.S. (2001). «Cities and diversity. Should we want it? Can we plan for it?», *Urban Affairs Review*, vol. 41, no 1, p. 3-19.
- FLORIDA, R. (2002). The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life, New York, Basic Books.
- FLORIDA, R. (2003). «Cities and the creative class», City and Community, vol. 2, nº 1, p. 3-19.
- FLORIDA, R. (2005a). The Flight of the Creative Class: The New Global Competition For Talent, New York, Harper Business.
- FLORIDA, R. (2005b). Cities and the Creative Class, New York, Londres, Routledge.
- FLORIDA, R. (2008). Who's your city, Toronto, Random House Canada.
- GLAESER, E.L. (2000). «The new economics of urban and regional growth», dans L. Gordon, F. Clark et M.S. Gertler (dir.), *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford, New York, Oxford University Press, p. 83-98.
- GLAESER, E.L. (2005). «Review of Richard Florida's *The Rise of the Creative Class*», *Regional Science and Urban Economics*, vol. 35, n° 5, p. 593-596.

- GLAESER, E. et A. SAIZ (2004). «The rise of the skilled city», *Brookings-Wharton Papers on Urban Affairs*, no 5, p. 47-94.
- HALIFAX REGIONAL MUNICIPALITY (1973). Social Justice and the City, Baltimore, John Hopkins University Press.
- HALIFAX REGIONAL MUNICIPALITY (1992). «Social justice, postmodernism and the city», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 16, nº 4, p. 588-601.
- HALIFAX REGIONAL MUNICIPALITY (2005). *Strategies for Success*, Halifax, Halifax Regional Municipality's Economic Development Strategy 2005-2010.
- HARVEY, D. (2000). Spaces of Hope, Berkeley, University of California Press.
- INTERVENTIONS ÉCONOMIQUES (2007). Numéro spécial sur Veblen, Numéro en ligne, <www.teluq.uqam.ca/interventionseconomiques>.
- JACOBS, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*, New York, Random House USA Inc.
- JACOBS, J. (1992). Les villes et la richesse des nations, Montréal, Les Éditions du Boréal.
- KOTKIN, J. (2000). The New Geography: How the Digital Landscapes is Reshaping the American Landscape, New York, Random House.
- KOTKIN, J. (2004). «The Capital of What?», The New York Sun, 19 février, p. A24.
- LANG, R.E. (2006). «The sociology of the creative class», dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie: enjeux et défis*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 317-324.
- LEVINE, M.V. (2004). «La "classe créative" et la prospérité urbaine: mythes et réalités », Conférence présentée à Montréal, 20 mai 2004, Villes Régions Monde, INRS-Urbanisation, Culture et Société.
- LEWIS, A.H. (1995). The Theory of Economic Growth, Londres, Allen and Unwin.
- MALANGA, S. (2004). «The curse of the creative class», City Journal, vol. 14, nº 1.
- MALANGA, S. (2005). «Florida Daze», City Journal, vol. 15, nº 2.
- MARCUSE, P. (2003). «Review of the rise of the creative class by Richard Florida», *Urban Land*, nº 62, p. 40-41.
- MARKUSEN, A. (2006). «Urban development and the politics of a creative class», *Environment and Planning*, vol. 38, n° 10, p. 1921-1940.
- MARLET, G. et C. VAN WOERKENS (2004). « *Skills and Creativity in a Cross-section of Dutch Cities* », Discussion Paper Series nº 04-29, Utrecht, Universiteit Utrecht, School of Economics, Tjalling C. Koopmans Research Institute.
- MILLS, C.W. (1951). White Collar: The American Middle Class, New York, Oxford University Press.
- MUMFORD, L. (1970). *The Culture of Cities*, New York, Harbcourt Brace Iovanovich.
- PECK, J. (2005). «Struggling with the creative class», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 29, no 4, p. 740-770.

- POLÈSE, M., R. SHEARMUR et P. CHENARD (2005). La production, l'attraction et la rétention des diplômés universitaires. Étude comparative de la région métropolitaine de Montréal et d'autres métropoles canadiennes et américaines, Montréal, Institut national de la recherche scientifique.
- RAY, P.H. et S.R. ANDERSON (2001). L'émergence des créatifs culturels. Enquête sur les acteurs d'un changement de société, Gap, Yves Michel.
- ROY-VALEX, M. (2006). «La "classe créative" et la compétitivité urbaine. Culture et économie ou l'envers et l'endroit d'une théorie », dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie : enjeux et défis*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 325-332.
- SHAPIRO, J.M. (2003). «Smart cities. Explaining the relationship between city growth and human capital», provided by *ECON WPA in its series Urban*/Regional number 03090012003.
- SHEARMUR, R. (2006). «L'aristocratie du savoir et son tapis rouge. Quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida», D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie : enjeux et défis*. Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 285-303.
- SIMON, C.J. (1998). «Human capital and metropolitan employment growth», *Journal of Urban Economics*, nº 43, p. 223-243.
- STOLARICK, K., R. FLORIDA et L. MUSANTE (2005). « Montréal, ville de convergences créatives : perspectives et possibilités », Montréal, Catalyx.
- SUIRE, R. (à paraître). «Cluster "créatif" et proximité relationnelle: performance des territoires dans une économie de la connaissance », Canadian Journal of Regional Science.
- TÖRNQVIST, G.E. (1983). «Creativity and the renewal of regional life», dans A. Buttimer (dir.), *Creativity and Context: A Seminar Report* (Lund Studies in Geography. B Human Geography, n° 500), Lund, Gleerup, p. 91-112.
- TREMBLAY, R. (2004). «Quelques mises en garde contre la "classe créative" de Richard Florida», *Urbanité*, novembre, p. 43-44.
- TREMBLAY, R. (2006). «Laval technobourg», Urbanité, février, p. 41-42.
- TREMBLAY, D.-G., J.-L. KLEIN et J.-M. FONTAN (2009). *Initiatives locales et développement socioterritorial*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- TREMBLAY, D.-G. et T. PILATI (2007a). «The tohu and artist-run centers: Contributions to the creative city?», Canadian Journal of Regional Science, vol. 30, n° 2.
- TREMBLAY, D.-G. et T. PILATI (2007b). «Cité créative et district culturel; une analyse des thèses en présence», *Géographie*, *Économie et Société*, vol. 9, p. 381-401.
- VEBLEN, T.B. (1899). The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions, New York, Macmillan.





Arts, territoires et « nouvelle économie » Quelles perspectives ouvertes par la théorie du capital créatif¹?

Myrtille Roy-Valex

'un point de vue historique, la contribution des arts et des artistes au développement économique des villes a suscité relativement peu d'intérêt, le secteur culturel ayant été longtemps considéré comme un domaine marginal de l'économie urbaine, exception faite de l'industrie touristique qui, très vite, a été exploitée pour son potentiel de développement économique (Greffe et Pflieger, 2005, p. 17). Ces dernières décennies ont toutefois

^{1.} Ce chapitre est une version largement remaniée, actualisée et augmentée d'un texte publié en 2006 sous le titre « La "classe créative" et la compétitivité urbaine. Culture et économie ou l'envers et l'endroit d'une théorie », dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie : enjeux et défis, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 325-332.

vu s'imposer dans le discours social une acception nouvelle de la culture en tant qu'instrument de développement économique. De plus en plus perçue comme un levier de l'attractivité et de la compétitivité territoriale, la culture tend à être assignée dans les projets de territoire au service d'objectifs externes ou «extra-culturels». La théorie fortement médiatisée de la «montée de la classe créative» de Richard Florida (2002; 2005a; 2005b)² est sans doute celle qui a le plus contribué ces dernières années à faire cette large place à la culture dans l'analyse des capacités concurrentielles des territoires.

Dans cette théorie, l'incidence des arts et des artistes sur la compétitivité territoriale est en fait autant directe qu'indirecte. À l'ère d'une économie nouvelle où la connaissance et l'innovation seraient plus que jamais les «objets» centraux du développement économique, la compétitivité d'un territoire, nous dit Richard Florida, se joue avant tout à la créativité de sa population et, plus particulièrement, à son réservoir de main-d'œuvre hautement qualifiée et créative (ce qui inclut, dans une mesure toute relative, les artistes et autres professionnels de la culture). Mais c'est aussi de manière plus indirecte ou médiée que la présence des arts et des artistes influe sur la compétitivité territoriale, puisque la richesse et le dynamisme de la vie artistique locale détermineraient pour une bonne part la capacité du territoire d'attirer, de maintenir, voire même de créer cette force de travail productive et adaptable, dont le «capital créatif» est le capital de l'économie nouvelle.

L'analyse que fait Florida des évolutions récentes de l'économie capitaliste des pays avancés convoque ainsi à part égale l'argument de la consommation et de la production pour octroyer à la culture un rôle central dans la croissance et le développement des territoires. Du côté de la

^{2.} Cette théorie du développement urbain s'est fait connaître à l'extérieur de la communauté scientifique à la suite de la publication de trois ouvrages successifs, publiés chez des éditeurs « grand public » : The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work Leisure and Everyday Life (Basic Books, 2002), The Flight of the Creative Class: the New Global Competition for Talent (Harper Business, Harper Collins, 2005) et Cities and the Creative Class (Routledge, 2005). Les idées défendues par Florida ont également été promues par le biais d'une entreprise de consultation en pratique privée mise sur pied par le chercheur, Catalyx, ainsi qu'à travers les activités de divers organismes et firmes qu'il chapeaute, dont le Creative Class Group (CCG) et The Creative Communities Leadership Project (CCLP). Un site Internet régulièrement alimenté par Florida et ses émules (<creativeclass.com>), la présence active du chercheur dans les médias locaux et nationaux et la poursuite d'une prolifique carrière parallèle de conférencier professionnel assurent en outre la promotion de cette théorie auprès des élites économiques et politiques, comme de la population en général.

consommation, l'explication du lien entre la présence des artistes et l'attraction d'un capital humain qualifié relance le refrain connu de l'attractivité territoriale par la culture, en mettant en exergue l'influence déterminante des dimensions culturelles et identitaires du cadre de vie sur les dynamiques spatiales d'implantations résidentielles: les choix de localisation des travailleurs les plus aptes à performer dans l'économie nouvelle seraient guidés par la possibilité de mettre en jeu de façon affirmative une identité sociale valorisante d'individu «créatif», par l'intermédiaire d'un style de vie et par la consommation des signes d'un genre de vie «bohème» (Florida, 2002, p. 166).

Du côté de la production, les artistes locaux et autres professionnels de la culture contribueraient non seulement, de fait, à la dotation du territoire en «capital créatif», ils joueraient au-delà un rôle actif et influent dans le déploiement d'une dynamique productive locale favorable à la créativité et à l'innovation. La présence des artistes dans la ville constituerait en effet une source diffuse d'émulation, d'inspiration créatrice et de connaissances, susceptible d'irriguer l'ensemble des activités créatives, firmes et travailleurs (en particulier Stolarick et Florida, 2006). Toute la théorie de la croissance urbaine développée par Florida repose sur cette idée centrale selon laquelle un milieu et un cadre de vie de qualité – c'est-à-dire riche notamment d'une offre culturelle large et diversifiée – permet de constituer un stock de capital humain créatif, favorisant par ricochet l'implantation sur le territoire des activités économiques les plus innovantes ou à plus grande valeur ajoutée.

Suivant ces propositions – et les lobbies artistiques ont tôt fait de le comprendre – une politique culturelle forte se justifie, aussi et surtout peut-être, à titre de politique d'attractivité, de compétitivité et de développement économique du territoire. Chez Florida, d'ailleurs, l'ambition programmatique en la matière ne manque pas et le propos est sans ambages: «I like to tell city leaders that finding ways to help support a local music scene can be just as important as investing in high tech business and far more effective than building a downtown mall » (Florida, 2002, p. 229). On connaît l'engouement suscité par cette théorie auprès des responsables civils et municipaux en Amérique du Nord comme, de plus en plus, en Europe occidentale. Pour plusieurs observateurs: «the rise of the creative class has now become a most "popular" manual of contemporary economic development thinking » (Bayliss, 2007, p. 893). De fait, la théorie du développement urbain proposée par Florida aura contribué à entériner des deux côtés de l'Atlantique la montée d'une approche territoriale volontariste et largement finalisée du développement culturel local et urbain.

Le succès de cette théorie auprès des décideurs publics et des élites locales croît toutefois proportionnellement à la vigueur des critiques émises à son endroit. En dépit ou en raison de sa bonne fortune, la théorie de «la montée de la classe créative» n'est en effet pas sans provoquer de vives controverses au sein du milieu scientifique, particulièrement en Amérique du Nord, où certains la qualifient de «mode ridicule» (Levine, 2004). Le caractère publicitaire et résolument commercial de l'entreprise scientifique a sans doute sa part explicative dans les réactions épidermiques qu'elle suscite, bien que cet aspect soit singulièrement évacué du débat³. Plutôt, parmi les principales cibles de la critique, figure cette idée d'une convergence du «culturel» et de l'«économique» à l'origine de nouvelles formes de compétition entre les villes.

Les plus cyniques, ou les plus lucides, ne manqueront pas de souligner la compatibilité du discours avec l'économisme ambiant pour expliquer l'adhésion des élites politico-économiques – et des chercheurs scientifiques – à des thèses vantant la culture comme facteur de compétitivité et de développement économique. Dans le champ universitaire, cela conduira à la construction d'une critique radicale de la théorie de la « classe créative », accusant leur auteur de souscrire à une économie-politique de la culture marquée au sceau de l'idéologie néolibérale (Peck, 2005). De façon générale, les rapprochements entre l'action culturelle publique et le champ économique inquiètent, ces inquiétudes croissant à la hauteur de l'implication du privé dans la reformulation des rapports culture-économie. On craint de voir l'action culturelle réduite au rôle de soutien du développement, de voir l'effet de l'art réduit à sa seule rentabilité économique; au-delà, on craint de voir bafouées la revendication et l'attitude d'autonomie

^{3.} Les conditions de possibilité de ce «new-found cult of urban creativity» (Peck, 2005, p. 742) sont certainement à chercher, en partie, dans l'adhésion du chercheur aux normes marchandes qui s'imposent de manière croissante dans la production, la validation et la diffusion des savoirs scientifiques (et, partant, les stratégies de concurrence et de coopération dans le monde académique). En effet, allant à l'encontre d'une conception normative qui voit dans l'autonomie du champ scientifique (académique) une garantie de la scientificité, Florida n'hésite pas à recouvrir les habits de l'homme d'affaires dans sa pratique quotidienne d'universitaire, jouant de la confusion des genres entre l'expert et le consultant, diagnostiquant à la fois le mal et le remède, empruntant à l'écriture journalistique comme aux techniques de marketing promotionnel pour – littéralement – vendre ses idées. Si les contempteurs de Florida ne manquent pas de réprouver les libertés «déontologiques» que s'autorise le chercheur et d'ironiser sur la réussite entrepreneuriale de ce nouveau «gourou» du développement urbain, les questions d'ordre éthique et moral soulevées par la « marchandisation de la science » qui rend possible la posture ne sont jamais évoquées qu'à demi-mot.

de la culture, historiquement soutenues par les modèles de financement étatique. Et, en effet, ce passage de la «culture-substrat» à la «culture-ressource» (Crevoisier et Kebir, 2007) n'opère pas sans le risque de «dénaturaliser» l'art: «l'art devient un prétexte, une sorte de produit d'appel derrière lequel cheminent des intérêts commerciaux et politiques» (Greffe, 2008). Mais si l'assimilation de la culture à un facteur de développement économique apparaît si inconvenante chez Florida, c'est aussi parce que la théorie soulève en elle-même plusieurs problèmes, sur le plan scientifique fondamental ou de ses applications.

L'intention de ce texte est d'interroger cette façon dont on perçoit et thématise aujourd'hui la culture sous l'angle d'une ressource humaine et matérielle apte à fonder l'avantage concurrentiel des territoires, en mettant à profit les principaux enseignements d'une recherche doctorale menée à Montréal (Canada) sur le thème des «nouveaux médias», de la «nouvelle économie » et des arts⁴. Informée par la démarche de conception de cette recherche plus que par l'exploitation de ses résultats, il s'agira essentiellement de proposer une relecture critique de la théorie de «la montée de la classe créative » pour en discuter la réception. Cela dit, la volonté n'est pas de tenter de rescaper une théorie du développement urbain en perte de vitesse, ni d'accorder plus d'importance qu'elle ne le mérite à une «nouvelle économie créative» parmi les options possibles pour stimuler la croissance territoriale. Il s'agit plutôt de s'y intéresser comme faisant partie des réalités contemporaines, ne serait-ce qu'en raison du terrain occupé par l'idéologie de la «ville créative» dans le discours des responsables urbains, sinon dans leur vision contemporaine du développement. Dans cette perspective, l'intention n'est pas non plus de critiquer a priori une approche utilitariste de la culture ou de dénoncer son instrumentalisation à d'autres fins que culturelles. Dans le contexte du débat actuel sur la promotion d'une hybridation de la sphère culturelle et de la sphère

^{4.} Au plan empirique, cette recherche consiste en une enquête ethnosociologique portant sur l'industrie du jeu vidéo à Montréal et son personnel «créatif». L'enquête combine diverses méthodes de collecte de données, notamment le recueil de récits d'expériences basées sur la réalisation d'entretiens de type compréhensifs auprès de 29 créateurs industriels. Les principes de la diversification maximale et de la saturation ont servi à la constitution de l'échantillon et à son évaluation méthodologique. Les dimensions couvertes lors des entretiens ont porté sur les conceptions et les valeurs de l'univers professionnel, les représentations et la nature de l'attachement à l'espace résidentiel d'adoption, ainsi que sur les pratiques de consommation culturelle et leurs articulations à la sphère du travail. Les données ont été «objectivées» par la confrontation avec des données plus factuelles sur la mobilité géographique et la mobilité professionnelle, en particulier sur le bassin local d'emploi.

économique, une approche plus féconde de ces questions nous semble reposer dans la mise à l'épreuve de ces hypothèses mêmes, qui assimilent la culture à un facteur de développement économique, au-delà du poids sectoriel qu'elle peut représenter⁵.

La discussion procède en trois temps. Dans un premier temps, il s'agira de rappeler et de situer brièvement les principales propositions de la théorie du «capital créatif» et les objections, sévères, qui lui sont posées. Dans un second temps, la mise en perspective de cette théorie à la lumière de ce qui apparaît nouveau dans la «nouvelle économie» permettra d'avancer qu'il s'agit peut-être moins de questionner les fondements d'une théorie à l'évidence par trop euphorique que sa traduction hâtive en un discours programmatique en matière de développement urbain et régional. En effet, malgré l'irrecevabilité de cette théorie à maints égards, il n'en demeure pas moins que les interprétations des transformations contemporaines des sociétés hautement industrialisées et urbanisées convergent pour donner bon droit à la science économique régionale d'opérer un second « tournant culturel» depuis le poststructuralisme, cette fois cependant moins pour des questions d'ordre épistémologique qu'en raison d'une «nouvelle» donne empirique, touchant la structure productive de l'économie. Il s'agira par la suite de prolonger l'argument en cherchant à tester la notion de «classe créative» à partir des présupposés méthodologiques et des principaux résultats de notre recherche. Cette troisième et dernière partie du texte montrera que les questionnements en vigueur dans la science économique régionale, s'ils étayent dans leur ensemble la pertinence de la réflexion initiée par Florida, balisent un nouvel agenda de recherche susceptible de réunir les chercheurs et les experts de l'urbain autour du triptyque arts, territoires et «nouvelle économie».

^{5.} On aura compris qu'il s'agit ici de mettre l'accent sur la situation des «arts» (au sens strict) plutôt que sur celle de la culture (au sens large), bien qu'on ne puisse si facilement séparer les arts de la culture, et qu'il reste beaucoup de confusion de l'un à l'autre. L'approche se justifie du fait que l'identification d'une nouvelle fonction économique de la culture, si elle est vérifiée, ne pourrait qu'avoir des répercussions majeures sur la conduite de l'intervention publique en matière culturelle, du point de vue des pratiques, des discours, des dépenses et des objets, interrogeant les enjeux de l'économie culturelle, voire son autonomie même.

1. La théorie en débat

1.1. À nouvelle économie, nouvelle formulation d'une théorie de la localisation

Dans un rapport déposé en 2000, Competing in the Age of Talent: Environment, Amenities and the New Economy, Richard Florida⁶ énonce en quelques mots les idées maîtresses de la théorie qui fera bientôt son succès:

The new economy dramatically transforms the role of the environment and natural amenities from a source of raw material and a sink for waste disposal to a key component of the total package required to attract talent and in doing so generate economic growth (Florida, 2000, p. 5).

Les écrits ultérieurs du chercheur réaffirmeront chacun à leur manière la prépondérance d'un milieu et d'un cadre de vie de qualité sur les facteurs traditionnels de la réussite économique des territoires. En 2001, Florida rend publics les premiers résultats de recherche obtenus à l'aide de son fameux «indice bohémien», mis au point par le chercheur pour tester l'hypothèse selon laquelle la diversité du tissu social et la créativité culturelle d'une ville – mesurée au nombre de ses artistes, de sa communauté homosexuelle et de sa population immigrante – constituent à la fois un facteur de rétention de ressources et d'expertises qualifiées et, de façon plus diffuse, un facteur de stimulation de l'innovation⁷. Pour Florida, l'outil statistique offre une réponse sans équivoque: une corrélation forte peut être établie entre la concentration géographique d'une population diverse,

^{6.} Docteur en Urban Planning (Université de Columbia, 1986), Florida est alors rattaché à l'Université Carnegie Mellon de Pittsburgh à titre d'expert en développement économique. Il quittera en 2005 pour la George Mason University's School of Public Policy, où il demeurera deux ans avant de traverser la frontière canadienne pour joindre les rangs de l'Université de Toronto (Rotman School of Management).

^{7.} Usant des données issues du 1990 Decennial Census Public Use Microdata Samples, l'indice bohémien se calcule en mesurant la proportion du nombre national d'artistes professionnels déclarés que compte la région par rapport à sa population active totale. Il vise à fournir une mesure plus juste de la dotation des territoires en commodités culturelles, tenant compte d'une évolution des goûts et des pratiques vers une «culture de la rue» (a vibrant street life, a cutting-edge music scene) de préférence à une «haute culture» légitime ou légitimée, à ses institutions et aux grands équipements culturels de façon général: musée, stade sportif, opéra, ballet, orchestre symphonique... (2002, p. 259). La validation empirique des hypothèses repose sur l'observation de corrélations statistiques entre cet indicateur et deux autres jugés aptes à mesurer le niveau de diversité et de tolérance sociale dans les 50 plus grandes villes des États-Unis, soit la concentration de personnes nées à l'étranger, d'une part, et la concentration de couples homosexuels, d'autre part. Ces trois indicateurs forment l'«indice de diversité», qui est ensuite corrélé avec divers indicateurs du développement des secteurs de haute technologie sur ces territoires.

cosmopolite et de type «artiste» (bohemians), un environnement attrayant pour des travailleurs hautement qualifiés, et un milieu propice à l'implantation et au développement des entreprises de haute technologie ou à forte intensité de savoir (Florida, 2001, p. 67).

L'année suivante, Florida rassemble en un seul ouvrage, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* (2002), le fruit de recherches menées avec son équipe sur l'évolution des sources de l'avantage urbain et régional aux États-Unis. La théorie du développement urbain proposée dans cet ouvrage s'appuie sur une appréciation de la conjoncture économique, mais aussi des évolutions sociales et culturelles en cours. Pour Florida, si les sociétés industrielles avancées entrent dans une ère économique nouvelle, ce processus va de pair avec une reconfiguration des systèmes de valeurs, de normes et de croyances: «what we are witnessing in America and across the world extends far beyond high-tech industry or any so-called New Economy: It is the emergence of a new society and a new culture – indeed a whole new way of life» (Florida, 2002, p. 12).

La théorie qu'il développe comporte ainsi une forte dimension sociologique qui structure une réflexion – relativement inattendue de la part d'un spécialiste du développement économique territorial – sur les mentalités, les modes de vie, les aspirations et les valeurs d'une nouvelle «classe productive» en formation. Les idées défendues dans le livre à succès se résument en quelques mots: la croissance des secteurs en forte expansion dans l'économie mondiale – la haute technologie au premier chef – est fonction d'une catégorie de travailleurs à l'esprit créateur, fortement scolarisés et hypermobiles, qui accordent plus de valeur et s'identifient davantage au lieu qu'ils habitent qu'à l'emploi qu'ils occupent. Ce qui importe donc en matière de développement économique – régional, national, ou *per se* – c'est de connaître les facteurs de localisation non pas tant des industries de pointe, mais bien de cette main-d'œuvre créative dont elles ont besoin.

De façon conséquente, *The Rise of the Creative Class* [...] s'offre avant tout comme une théorie du «capital créatif», s'évertuant à traduire l'«éthos» des membres d'une vaste classe sociale qui serait actuellement en pleine ascension. Chapitre après chapitre, l'auteur s'attache à démontrer comment cet «éthos créatif» influence tant les choix professionnels, la consommation, l'aménagement du temps de travail et du temps de loisir que le choix de la localisation résidentielle, l'accent étant mis sur ce dernier aspect. S'établit *in fine* les contours d'une «nouvelle géographie de classe», selon laquelle les gens talentueux et à l'esprit créateur se localisent dans des zones urbaines précises, offrant un cadre de vie en adéquation avec leurs valeurs et une certaine atmosphère propice à stimuler leur créativité et leur inventivité.

De manière plus particulière, les lieux qui répondent le mieux aux attentes sont des lieux et des milieux de vie qui offrent une variété d'occasions professionnelles, mais aussi qui se distinguent par leur capacité d'intégration, leur ouverture d'esprit ainsi que leur créativité artistique et culturelle. La clé de la croissance économique via l'innovation résiderait ainsi dans la réunion en un même lieu géographique d'une triple combinatoire, à savoir la technologie (institutions universitaires de recherche, capitaux technologiques, etc.), le talent (une main-d'œuvre qualifiée et «créative») et la tolérance sociale (signalée par une forte proportion de gais, d'artistes et d'étrangers dans la population), avec en prime à cette diversité multiculturelle une créativité culturelle tout azimut comme point fort des attributs territoriaux. Florida résume cette triple combinatoire par la formule des trois «T» du développement.

Derrière ses oripeaux révolutionnaires, la théorie conforte en fait une série d'idées déjà répandues en matière de planification du développement économique local et régional. Il est par exemple admis aujourd'hui dans les cercles du développement économique que l'analyse des structures d'emplois est aussi, sinon plus, pertinente que l'analyse de la structure industrielle du territoire (Markusen, 2004). De même, on s'entend pour dire que les villes et les régions urbaines devront, pour demeurer compétitives dans l'avenir, offrir des occasions d'emplois et des milieux de vie qui répondent aux attentes d'une catégorie de main-d'œuvre de plus en plus exigeante à cet égard (Glaeser et al., 2001). La problématique de la qualité culturelle du cadre de vie en tant qu'élément qualifiant pour les villes dans le jeu de la concurrence interurbaine internationale est, en outre, depuis au moins une bonne décennie, un sujet d'intérêt et d'étude tant pour la communauté scientifique que dans les administrations publiques (par exemple: Bianchini et Parkinson, 1993). Enfin, participant des théories économiques qui revalorisent le «local», Florida réactualise, lui aussi, le thème ancien de la ville comme berceau naturel de l'innovation et de la créativité – il ne s'en cache pas – et «redécouvre» – même si cette fois il n'y voit que du nouveau – les thèmes fondateurs de la sociologie urbaine, alors que sont convoquées les notions classiques de civilité, de diversité et de tolérance sociale comme caractéristiques de la vie citadine (Miligan, 2003)8. De ce

^{8.} L'idée selon laquelle l'agglomération urbaine est un terreau propice à la créativité et à l'innovation n'est ni nouvelle ni propre à la science économique régionale, et trouve ses premières formulations dans les réflexions des pères fondateurs de la sociologie urbaine. Voir plus particulièrement sur l'histoire des «villes créatives»: P. Hall (1998). Cities in Civilization: Culture, Technology, and Urban Order, Londres, Weidenfeld & Nicolson.

point de vue, on est tenté de dire que la véritable nouveauté de la théorie du «capital créatif» est en fait plutôt à voir dans le succès de ses hypothèses auprès des décideurs publics...

Mais si elle emprunte à des arguments connus et ne saurait, en ce sens, trop prêter à débat, cette théorie n'est pas sans poser plusieurs problèmes au plan scientifique. Les critiques avancées, issues d'horizons théoriques et politiques contrastés, sont à la fois d'ordre théorique, conceptuel et méthodologique. Elles peuvent être réparties sur trois axes, selon qu'elles visent: 1) le postulat d'un passage à une «nouvelle économie», en l'occurrence une «économie créative» qui serait le moteur du développement économique des sociétés urbaines avancées; 2) la valeur de la notion de «classe créative», en tant que celle-ci qualifie sans trop de distinction une vaste classe moyenne urbaine, dont les goûts et le style de vie distincts expliqueraient une géographie économique différenciée en faveur de certaines (grandes) villes ou types de villes; 3) l'impasse faite sur de nombreuses autres problématiques urbaines, autant sinon plus dignes de figurer à l'ordre du jour des agendas des collectivités territoriales que leur développement culturel. Pour la suite du propos, il suffira de rappeler et de situer brièvement, à chacun de ces égards, les propositions de Florida et les objections qui leur sont posées.

1.2. Culture, créativité et croissance économique : des relations discutables et discutées

Capital créatif et croissance économique

Sans doute, une difficulté première à la théorie du développement urbain proposée par Florida tient à sa lecture, radicale, des évolutions récentes de l'économie capitaliste. En effet, dans la perspective ouverte par les approches régulationnistes (crise d'un régime d'accumulation du capital et du mode de régulation social qui le soutient), Florida défend l'idée d'un passage d'une économie de production de masse standardisée (le fordisme) à une économie de production de variété (le postfordisme), visible notamment à travers la montée du capital dit «immatériel» dans les économies capitalistes avancées. Du fordisme au postfordisme, l'économie moderne de plus en plus mondialisée, portée par le développement des technologies de l'information et des communications (TIC) – serait entrée de plein pied dans l'ère nouvelle de la connaissance et de l'information, de l'innovation et de la créativité: «human creativity has replaced raw materials, physical labor and even flows of capital as the primary generator of economic value and [...] a new class structure is emerging as a result of that basic economic transformation » (Florida, dans Lang et Florida, 2005, p. 218). Cette reconfiguration des

systèmes productifs, de plus en plus tournés vers l'immatérialité (les services, la R et D), entraînerait, de fait, un bouleversement profond dans la nature comme dans la localisation des facteurs de compétitivité.

Florida n'est ni le seul ni le premier à défendre de telles idées. En effet, à partir des années 1980, la recherche urbaine et les milieux du développement économique souscrivent aisément à une hypothèse forte, mais encore largement à démontrer, celle de la Nouvelle économie, qui postule sous ses diverses variantes théoriques (économie du savoir, économie de l'immatériel, e-economy ou net-économie...) le caractère central du savoir scientifique, des activités de création et de l'innovation technologique comme facteurs centraux et décisifs de la prospérité. Le rôle d'un «capital humain» qualifié dans le processus d'innovation et de croissance est mis en surbrillance (par exemple Lucas, 1988); la concentration de ce type particulier de capital devenant pour plusieurs l'enjeu de fond de la compétitivité des agglomérations urbaines et des territoires. On s'attache ainsi à connaître tout autant les facteurs de localisation des entreprises et des industries de pointe, que ceux de la main-d'œuvre qualifiée dont elles ont besoin. Le raisonnement est simple: un lieu qui offre le «style de vie» recherché par ces travailleurs est d'autant plus susceptible d'attirer à lui les firmes innovantes et, in fine, la prospérité. C'est ainsi que sont mobilisées des variables de nature extra-économique (liées aux aspects sociaux, culturels et politiques de la vie urbaine) dans l'explication des schémas de localisation des firmes et des travailleurs, mais aussi dans la construction discursive, la légitimation et la diffusion des «bonnes» politiques de développement économique. La compétitivité et la qualité de vie, deux conceptsclés de la gestion territoriale mais jusqu'alors appréhendés de manière bien distinctes, se voient désormais fortement liés: «amenities drive urban growth» (Clark et al., 2002; Glaeser et al., 2001; etc.)9.

En dépit du consensus relatif qu'il inspire, ce raisonnement se heurte à deux objections majeures. D'une part, et avant même d'invoquer le problème tortueux des facteurs premiers de la croissance économique, il demeure malaisé d'arrêter l'exacte direction de la causalité qui lie croissance et capital humain. Sans surprise, la théorie du capital créatif fait ainsi resurgir à la surface du débat une question depuis longtemps débattue par les spécialistes d'économie régionale: est-ce le «talent» qui cause la croissance ou la croissance qui attire le «talent»? Une «causalité circulaire et cumulative» dans l'espace géographique explique probablement, en dernier ressort, la divergence des réponses apportées (Shearmur, 2006).

^{9.} E.J. McCann développe cette idée dans: McCann, E.J. (2004). «"Best places": Inter-urban competition, quality of life, and popular media discourse», *Urban Studies*, vol. 41, nº 10, p. 1909-1929.

D'autre part, l'analyse prospective de l'évolution des systèmes productifs débouche sur des scénarios dont la pertinence reste à évaluer. La valeur du concept de «nouvelle économie» est en effet aujourd'hui mise en question par un nombre croissant de travaux empiriques qui soulignent la nouveauté, mais aussi la portée toutes relatives des trois «réalités» sur lesquelles s'appuie communément sa définition: la mondialisation des échanges et de l'activité économique, les effets appréhendés du développement des technologies de l'information, l'exigence tributaire de nouveaux savoirs et savoir-faire axés sur l'innovation et la créativité (Healy, 2002).

En fait, l'effet «vieille économie» se fait toujours bien sentir sur la croissance du commerce mondial, comme sur certaines industries exportatrices des pays du Nord, basées sur des secteurs de spécialisation traditionnels (par exemple, Miotti et Sachwald, 2006). En outre, la tertiarisation de l'économie des pays avancés, souvent présentée comme la confirmation empirique des hypothèses, s'avère non seulement un processus plus lent que prévu, mais redevable à de multiples facteurs, liés tant à l'évolution économique qu'à l'évolution sociale: externalisation de la production de biens vers les PVD qui ont rattrapé leur retard industriel, féminisation du marché du travail, augmentation générale du niveau de qualification, etc. (Coriat, 1989). Ainsi, la hausse des effectifs dans le tertiaire ne signifierait pas pour autant le déclin des secteurs industriels classiques, au contraire. À l'encontre de l'idée d'une société et d'une économie «post» ou «néo» industrielle, il est même possible de soutenir que «the increase in absolute figures of the number of industrial workers in society indicates that society is currently undergoing one of history's largest industrialization waves » (Nylund, 2001, p. 229).

Bref, sans nier l'utilité d'une approche globalisante de la réalité de l'économie capitaliste et de ses mécanismes, force est de constater que, chez Florida, l'approche n'évite pas le risque d'une simplification exagérée du «système-monde» complexe dans lequel fonctionnent les villes. C'est d'ailleurs ainsi qu'est reconduite et nourrie une vision hiérarchique (et certes très nord-américaine) de l'armature urbaine mondiale, où les relations entre les villes dans le monde, mais aussi l'ensemble des articulations interterritoriales sont essentiellement pensées sous le mode de la concurrence (plutôt, par exemple, que sous celui de la mise en réseaux). Par conséquent, la mobilisation des actifs culturels du territoire doit répondre chez Florida à un même mot d'ordre, à savoir se tailler une place avantageuse sur le nouvel échiquier économique mondial, où l'enjeu est d'amasser le plus de capital créatif. Or, comme le remarque fort justement Alain Bourdin, quoique sur une base différente, «l'idée de villes qui toutes se battent pour grimper dans la hiérarchie mondiale, se déchirent pour obtenir les événements mondiaux, et "gentrifient" leur centre-ville pour attirer la

classe créative, les investisseurs et les touristes est outrageusement simpliste» (Bourdin, 2008, p. 28). Face à la diversité des réalités locales qui s'observent et devant les multiples visages de la ville «postfordiste» (suivant les espaces, les secteurs, le degré de maturité des firmes qui composent ces derniers...), il ressort à l'évidence que la croissance d'un territoire ne se joue pas (seulement) à sa capacité d'accumuler un stock de capital créatif. En conséquence, les stratégies de développement économique visant à faire de la ville un produit plus attractif auprès des membres de la classe créative (via le *marketing* territorial, les politiques culturelles...) ne peuvent avoir une incidence pour le moins toute relative sur la compétitivité et la croissance, aux différentes échelles territoriales et dans un contexte global.

Classe créative et attractivité culturelle

Une deuxième grande difficulté à cette théorie pour qui veut la mettre à profit dans le jeu de la compétitivité territoriale réside dans l'imprécision de ses concepts-clés, au premier chef celui de «classe créative». En effet, lorsque Florida se penche sur les sources de l'avantage urbain et régional, c'est avant tout pour faire valoir les ressorts – essentiellement qualitatifs et subjectifs (personnels) – de l'attractivité territoriale sur les membres de cette dite classe créative. Aux dires de Florida, la classe créative, comme nouvelle classe sociale, trouverait sa cohérence première dans les valeurs et les motivations (le style de vie) qui sont communes à ses membres : «all members of the Creative Class [...] share a common creative ethos that values creativity, individuality, difference and merit » (Florida, 2002, p. 8). Ces valeurs dictent et légitiment tout un mode de vie urbain basé sur la recherche de stimulations constantes et le désir d'expériences riches et multidimensionnelles. De fait, la classe créative affectionnerait particulièrement les villes cosmopolites et hétérogènes, tolérantes et ouvertes, où la culture urbaine est «authentique»; la recherche d'authenticité rimant ici avec la diversité culturelle sous toutes ses formes. Ainsi, plutôt que de se cantonner aux lieux «statiques» de la culture (musées, orchestres symphoniques, etc.), les gens à l'esprit créateur goûteraient avidement l'atmosphère d'une «organic and indigenous street-level culture», valorisant des formes d'art peu ou pas institutionnalisées et les modes de vie alternatifs, les rencontres d'occasion et les relations informelles (Florida, 2002, p. 182).

Pour Richard Florida, on l'a dit, les dynamiques d'implantations résidentielles de la classe créative résultent essentiellement de ces valorisations paysagères. L'affirmation est audacieuse à plus d'un titre. D'une part, un des apports les plus fructueux des travaux portant sur les stratégies résidentielles des groupes et des personnes est bien celui d'avoir montré que les causes et les motivations derrière les choix – toujours

contraints – du lieu de résidence sont divers et multiples. Le nombre de «paramètres» dont on peut raisonnablement supposer qu'ils pèsent, à quelques degrés, dans les comportements résidentiels apparaît *a priori* très élevé et, par là même, conduit la recherche à n'apporter que des réponses nuancées et partielles, d'autant plus qu'elle s'éloigne du niveau macro pour situer l'explication au carrefour de logiques d'acteurs et de déterminants structurels (Grafmeyer, 2006). D'autre part, s'il est malaisé d'attribuer à la présence de commodités culturelles une incidence significative dans les modèles spatiaux d'implantation résidentielle, c'est aussi parce que ce type de raisonnement risque – et plusieurs commentateurs critiques le soulignent – de prendre l'effet (la vitalité culturelle) pour la cause d'un développement global du territoire; l'offre culturelle locale pouvant suivre, par exemple, l'augmentation démographique d'une population plus demandeuse en matière d'art et de culture.

Mais si ce débat sur le type de relation en cause semble vite tourner à vide, c'est aussi, et plus fondamentalement, en raison des ambiguïtés et des imprécisions qui entourent la question de la mesure. L'originalité du propos chez Florida – et la matière à controverse – tient en effet pour l'essentiel à ce rapport de connaturalité entre identité sociale (professionnelle) et identité urbaine, qu'il donne pour caractéristique première de la classe créative. Sur cet aspect de la théorie, même la plus conciliante des critiques radicalise le ton:

But while I agree with much of Florida' substantive claims about the real, I end up with doubts about his prescriptions for urban planning. Florida makes the reasonable argument that cities hinge on creative people, they need to attract creative people. So far, so good. Then he argues that this means attracting bohemian types who like funky, socially free areas with cool downtowns and lots of density. Wait a minute. Where does that come from? I know a lot of creative people. I've studied a lot of creative people. Most of them like what most well-off people like – big suburban lots with easy commutes by automobile and safe streets and good schools and low taxes [...] (Glaeser, 2004).

Comme l'indique bien ce commentaire, l'objet de la dissension concernerait moins l'idée d'une adéquation entre les caractéristiques d'un espace et les caractéristiques d'une population donnée, qu'une interprétation divergente des termes mêmes de l'adéquation. En fait, lorsque sont évoquées de part et d'autre les logiques de la désirabilité territoriale de la classe créative, une question cruciale demeure ouverte: de qui parle-t-on?

En adoptant un point de vue plus « sociologisant » des dynamiques spatiales de localisation des activités, Florida a le mérite certain de rappeler à l'attention le fait que les qualités des espaces fluctuent selon les systèmes de représentations, les croyances et les valeurs qu'ils charrient. Mais justement parce qu'ils sont culturellement et sociologiquement mouvants

dans l'espace et dans le temps, ces systèmes de représentations sont difficiles à étudier, autrement qu'en concentrant l'attention sur des groupes sociaux bien particuliers. Or, telle que la définit Florida, la classe créative s'avère un ensemble social des plus composites, dont les contours sont au demeurant assez flous. En effet, autour d'un premier noyau d'emplois constitué des professions et des activités exigeant le plus de «capital créatif» («whose economic function is to create new ideas, new technology and/or new creative content») gravite un second groupe tout aussi éclectique de travailleurs, composé de cadres et de professionnels à l'esprit créateur, d'avocats, de professionnels de la santé et de la finance; bref, tous ces gens «engage in complex problem solving that involves a great deal of independant judgment and requires high levels of education or human capital» (Florida, 2002, p. 8).

Florida justifie le groupement qu'il opère par une définition minimale de la créativité («the ability to create meaningful new forms»), qui le conduit à englober sous un même type de fonction économique trois formes de «manifestations» créatives: 1) une «technological creativity», à l'origine des innovations technologiques, du développement de nouveaux produits, de nouveaux concepts ou de nouvelles technologiques; 2) une «economic creativity» qui est le propre, notamment, de ces entrepreneurs qui fondent de nouvelles entreprises ou qui sont à la tête de nouvelles industries; 3) une «cultural and artistic creativity» sur laquelle repose l'invention de nouvelles formes d'art, d'idées neuves et des modes de vie alternatifs. Pour Florida, ces trois formes de créativité sont profondément interreliées et s'enrichissent mutuellement par des effets de fertilisation croisée (2002, p. 8). Ainsi circonscrite à partir de sa base économique (du type de fonction exercée), la classe créative renvoie à un vaste ensemble de catégories socioprofessionnelles: aux États-Unis, elle regrouperait, selon les propres estimations du chercheur, plus de 30 % de la population active, c'est-à-dire environ 38 millions d'individus, qu'ils soient artistes ou ingénieurs, musiciens ou programmeurs, écrivains ou entrepreneurs.

Il est aisé de comprendre qu'une telle définition par trop « extensive » d'une nouvelle classe sociale – qui, d'ailleurs, n'entretiendrait pas (encore?) de *conscience de classe* – n'offre guère de prise à la vérification empirique¹⁰.

^{10.} L'approche par trop pragmatique à laquelle recours Florida pour distinguer une nouvelle strate sociale et économique de travailleurs constitue, de l'avis de plusieurs commentateurs, la plus grande faiblesse de sa théorie. Les ambiguïtés sont en effet profondes sur ce qui distingue des personnes faisant commerce d'une «innovation-créative» des autres travailleurs au sein de l'économie: au plan conceptuel, ne peut-on pas dire que toutes les activités humaines recèlent une part de créativité? Et quand bien même on renverse la perspective pour fonder empiriquement l'approche sur la prise en compte de la dimension créative, esthétique ou sémiotique des produits finaux de l'économie créative,

De manière symptomatique, les divers efforts de clarification conceptuelle et méthodologique en cours peinent à convaincre sans équivoque de la cohérence du regroupement opéré, s'attachant en fait moins à décomposer le concept en ses dimensions essentielles qu'à le «déconstruire». Ainsi et par exemple, des travaux empiriques récents portant sur la distribution spatiale résidentielle des professionnels dits «créatifs» arrivent à de semblables conclusions sur la nécessité de désagréger la catégorie pour rendre compte de la diversité des dynamiques sociospatiales qui s'observent. Si le «capital créatif» est une variable discriminante du choix proximal de la centralité urbaine chez la classe créative, c'est à condition de limiter l'analyse à seulement quelques-unes de ses constituantes: certaines catégories de travailleurs évoluant dans des cadres organisationnels et institutionnels particuliers (Markusen, 2006), ou encore certains types de métiers engageant un savoir ou des compétences « créatives » bien définis (Hansen et al., 2005; Wojan et al., 2007). Sans même avoir à juger des avancées respectives permises par ces travaux, les déconstructions de la classe créative qu'ils opèrent signalent la fragilité du concept et interrogent la capacité d'identifier la cohérence qui permettrait de le construire. Au mieux, la question de sa légitimité théorique pour décrire et expliquer des mutations économiques, sociales et culturelles de grande ampleur demeure ouverte.

La majorité des commentateurs critiques préfèrent toutefois ne voir dans l'annonce de l'ascension sociale d'une classe créative rien de plus qu'un usage abusif des termes. Si, dans une conception «nominaliste» du concept de classe, le regroupement opéré par Florida est jugé trop vaste pour fonder une catégorie nouvelle et soutenir la démarche empirique, l'existence d'une «classe créative» est également réfutée au motif de l'absence de certains critères de la définition marxiste: conscience de classe, groupe d'intérêts, caractère conflictuel des rapports sociaux... Au final, le jugement est sans appel: «In fact, there is really no "class" here at all as defined by criteria of class interest, outlook, or social patterning of behaviors » (Markusen, 2006, p. 1924).

les tentatives de classement ne sont guères plus aisées: entre producteurs et consommateurs, à qui revient de déterminer la qualité «créative» de ces produits? La spécificité des secteurs culturels ou créatifs tient en fait peut-être moins à la spécificité de leurs produits ou de leurs logiques productives qu'au fait d'être largement perçus et reconnus plus «culturels» que les autres secteurs de l'économie (Menger, 2002; Gibson, 2003).

Culture et développement

Enfin, il est d'usage chez les détracteurs de la théorie de «la montée de la classe créative» de condamner le peu de place qui est faite à des problématiques urbaines, notamment des problématiques sociales, jugées autrement plus critiques pour la compétitivité territoriale ou le bien-être collectif local que l'offre en matière de commodités culturelles. Parmi celles-ci – elles sont nombreuses – deux reviennent de façon plus courante. D'un côté, en renchérissant sur le thème de «l'œuf ou de la poule» du développement territorial, on fait valoir, différents types d'études à l'appui, que les préférences résidentielles de la main-d'œuvre ne s'avèrent au mieux qu'un facteur parmi d'autres (économies traditionnelles d'agglomération, fiabilité des infrastructures, faibles coûts salariaux, incitatifs fiscaux...) présidant au choix du lieu d'implantation des firmes (plus récemment, Houston et al., 2008). L'idée selon laquelle il s'agit d'attirer une main-d'œuvre qualifiée pour attirer les entreprises et générer du développement est particulièrement mise à mal dans les cercles économiques par les tenants des théories évolutionnistes (néoschumpétériennes), qui lui opposent le contreexemple de processus de développement endogène récursif où la causalité cumulative et l'importance de l'histoire (l'effet de path dependencies) constituent les premières dimensions explicatives des phénomènes. À la croisée de la réflexion sur les districts industriels et des approches évolutionnistes sur l'émergence et la diffusion de l'innovation, on insiste par ailleurs sur le fait que la créativité est un processus éminemment collectif et qu'un « milieu innovant » ne saurait advenir d'une simple accumulation de capital créatif: la capacité individuelle et collective à innover articule en aval socialisation et territoire (Scott, 2006).

D'un autre côté, en se plaçant cette fois sur un registre plus social qu'économique, on reproche à la théorie de propager un discours élitiste ou exclusif favorisant une certaine élite professionnelle, en l'occurrence jeune, célibataire, cosmopolite et friande de technologie. De manière symétrique, d'aucuns suspectent Florida d'en avoir contre le style de vie «banlieusard», si ce n'est contre les valeurs familiales (Peck, 2005, p. 741 et 760). Plus généralement, on s'entend pour voir dans la théorie du développement urbain qu'il propose une traduction spatiale de la théorie économique néolibérale du «trickle down effect» (l'investissement qui profite aux riches induit des effets de retombées graduelles favorables à tous). Or, cette théorie présente non seulement un caractère tout hypothétique, elle conduit en outre à une justification tendancieuse de la gentrification des centres-villes et de ses effets pervers (Rousseau, 2008, p. 87).

En réponse à ses détracteurs, Florida rappelle avoir lui-même soulevé la question des inégalités sociales et économiques croissantes au sein des villes et des régions les plus «créatives», et mis en garde contre la menace qu'elles constituent tant pour la cohésion sociale que pour le développement économique. Il insiste dans ses écrits ultérieurs: «My core message is that human creativity is the ultimate source of economic growth. Every single person is creative in some way. And to fully tap and harness that creativity we must be tolerant, diverse, inclusive» (Florida, 2004). En cette matière, toute-fois, force est d'avouer que le nouveau gourou du développement urbain se fait peu loquace sur les solutions à mettre de l'avant, préférant ranger les multiples «externalités négatives» de l'économie créative au rang de «question ouverte» (Florida, 2005, chap. 9). Prêchant un libertarisme social tout en préconisant (malgré lui?) une vision économique néolibérale en matière de stratégies urbaines (Peck, 2005, p. 741), l'ambigüité de la position politique et idéologique de Florida lui vaut ainsi d'être la cible de critiques venant tant de la «gauche» que de la «droite» américaine.

Si nombre des propositions au cœur de la théorie de «la montée de la classe créative » sont discutables et discutées, les contempteurs se satisfont le plus souvent de relever des erreurs ou des imprécisions méthodologiques pour démonter la théorie. On souligne l'usage de données biaisées et désuètes, car trop étroitement associées à l'inflation de la bulle Internet ou saisies à partir d'un faisceau d'indicateurs de «créativité» et de «diversité» pour le moins approximatifs. On relève des erreurs de causalité: déductions fallacieuses et caractère peu signifiant des classements statistiques, confusion entre la cause et l'effet, confusion entre corrélation et causalité. Enfin, on note une élaboration insuffisante des concepts structurants, celui de «classe créative», mais aussi, en raison du mélange des différents niveaux territoriaux, ceux de «ville» et de «région». À juste titre, Florida est accusé de ne pas tenir compte de la structure intramétropolitaine des régions urbaines, en faisant l'économie d'une distinction claire entre, notamment, les espaces centraux, suburbains et périurbains (en particulier: Levine, 2004). On démontre de manière plus générale que la théorie peine à établir le passage entre les niveaux macro et micro de l'analyse (par exemple, Shearmur, 2006).



En somme, et sans même qu'il soit nécessaire de détailler plus avant l'ensemble de l'argumentaire critique déployé, force est de reconnaître que la théorie de la croissance urbaine proposée par Florida est, à maints égards, qu'une hypothèse et que, de toute façon, elle ne saurait fonder à elle seule – pas plus qu'une autre – les politiques publiques en matière de développement urbain. L'examen du concept de «nouvelle économie» n'autoriserait toutefois pas à conclure que les choses n'ont pas changé, ni que la nouvelle donne ne soit pas, en partie du moins ou dans une certaine mesure, celle pointée par Florida. C'est à tout le moins ce qu'il apparaît,

lorsque, comme nous le verrons maintenant, le débat autour de l'ascension sociale d'une soi-disant classe créative dont dépendrait le redéploiement économique des territoires est resitué dans le contexte plus large des évolutions sociétales récentes.

2. Vers une nouvelle « nouvelle économie » ?

On le sait, le concept de Nouvelle économie (*New Economy*) a été originellement avancé pour traduire la situation de l'économie états-unienne au tournant du siècle, à savoir, pour le dire vite, une croissance forte tirée par les nouvelles technologies, l'absence d'inflation, le plein-emploi et la conquête des marchés mondiaux au sein d'une économie désormais «globale». Depuis que l'euphorie boursière des valeurs technologiques s'est estompée, ce concept sert la thèse plus générale selon laquelle le capitalisme industriel est entré dans une ère nouvelle (« postindustrielle », « postfordiste »…), marquée par un changement plus ou moins radical de paradigme économique.

La nature de cette nouvelle économie préoccupe depuis un temps déjà la communauté scientifique élargie, qui multiplie à son égard les propositions interprétatives: «hypercapitalisme» (Rifkin, 2000), «capitalisme cognitif» (Corsani, 2000), «économie du savoir» (OCDE, 1996), d'autres que Florida entonnant d'ailleurs, mais pas toujours de concert avec lui, le couplet d'une «nouvelle économie créative» (Leadbetter, 2000; Howkins, 2001; Glaeser, 2004, etc.). Si les observateurs critiques font d'abord valoir le caractère relatif et incertain de ce qui est le plus souvent présenté comme une mutation brutale et radicale, ils reconnaissent néanmoins que des changements peuvent être observés.

À l'échelle macro de la compétitivité urbaine, la mesure des mutations de l'environnement global qui affectent le devenir des territoires met plus particulièrement en exergue deux processus susceptibles d'instaurer de nouvelles règles du jeu en radicalisant, par leur action combiné, les rapports de concurrence entre territoires: 1) la mondialisation, c'est-à-dire la circulation croissante des flux à l'échelle mondiale (flux de capitaux, flux de technologies, flux des «élites» professionnelles, flux idéologiques...); 2) des transformations dans la structure productive des économies urbaines, attribuables en partie à des mutations dans les manières d'innover, de produire et d'échanger qui concernent l'ensemble de l'économie et de la société.

Sur ce dernier aspect, une série de forces ou de tendances lourdes, notées dès les années 1970 et abondamment documentées depuis, appuient l'idée d'une évolution du paradigme productif actuel vers un paradigme

artistique et cognitif. Cette évolution aurait pour premier effet d'inscrire l'économie culturelle dans une économie plus générale de la connaissance ou de l'immatériel: en raison de ses produits comme de ses méthodes productives, la culture se retrouve à la fois à la base du système productif en tant qu'output, c'est-à-dire à l'extrémité du processus de production, et à la fois, de plus en plus, en tant qu'input ou consommation intermédiaire (Scott 1997; Howkins 2001; Hesmondhalgh, 2007; etc.). L'analyse supporte une triple entrée: par le contenu, par le travail, mais aussi par le territoire.

2.1. Des industries culturelles aux industries de la création

Une première tendance qui marque l'importance de l'activité créatrice au sein d'un «nouveau» paradigme productif tient à l'élargissement et à l'essor incontestable des secteurs d'activités économiques tournés vers la création, la production et la commercialisation de contenus créatifs de nature culturelle, selon la définition extensive ou «postmoderne» que recouvre le vocable aujourd'hui à la mode d'industries créatives (*creative industries*). Cette catégorie récente, apparue simultanément dans le discours politique, industriel et académique¹¹, est à ne pas confondre avec la «classe créative», malgré ses évidentes affinités sémantiques.

Dans son sens analytique, le vocable combine en fait deux concepts: les « *creative arts* » et les « *cultural industries* ». Ainsi, il amalgame en un même ensemble les arts (dans leur acception traditionnelle, plus ou moins élargie à de nouvelles pratiques: performance, vidéo d'art, art électronique, etc.) et la production culturelle de masse, une culture « marchandisée » ou « industrialisée » : la mode, les parfums, le design, la publicité, les industries du loisir ou du divertissement, en tout ou en partie liés à l'émergence des secteurs technoculturels du multimédia ou des nouveaux médias. Face à

^{11.} L'expression «creative industries» apparaît une première fois dans une étude économique, le Creative Industries Task Force Mapping Document (CITF, 2001, 1998), publié par le Department for Culture, Media and Sport (DCMS), et qui servira de cadre de référence pour les politiques de développement du Royaume-Uni. Les industries créatives y sont définies comme «those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property» (CITF, 2001, p. 5). Les différents modèles proposés depuis sont marqués, à des degrés divers, par la volonté de dépasser les oppositions dichotomiques habituelles entre culture d'élite et culture populaire, art et industrie, culture et divertissement, mais aussi entre art et science, créativité individuelle et innovation industrielle. Un numéro spécial de la revue Culturelink («Convergence, creative industries and civil society: The new cultural policy», 2001) offre une discussion du concept et de ses implications politiques.

la montée rapide et soutenue de ces industries dans les économies contemporaines, il est permis de penser que le potentiel qu'elles offrent pour le développement économique local est susceptible d'être surinvesti des mêmes promesses que l'ont été les industries de l'informatique et de l'électronique dans les années 1980-1990 (Scott, 2004, p. 463). En tout état de cause, les études se multiplient aujourd'hui sur le rôle significatif de ces secteurs (artistique, culturel, créatif) dans le développement social et économique, tant dans les pays fortement industrialisés que dans les pays en développement¹².

L'affirmation des industries créatives comme vecteur de développement économique met en valeur deux éléments qui valent la peine d'être notés ici. D'une part, l'essor de ces industries est largement redevable au développement des TIC, responsable de la création continue de nouvelles formes de production et de diffusion culturelles: jeux vidéo, web design, effets spéciaux au cinéma, etc. Or, en ces domaines, le commerce de l'«innovation créative» repose sur l'articulation de trois logiques: une logique artistique, une logique technoscientifique et une logique de marché. Rappelons que, chez Florida, il y a bien aussi, au fondement de sa théorie du «capital créatif», cette idée d'un entrelacement inextricable dans les économies contemporaines de la créativité artistique, technologique et entrepreneuriale.

Mais l'explication ne saurait se suffire d'un trop simple déterminisme technique ou «technico-cognitif». En effet, la montée en puissance de ces industries et, de façon liée, l'extension toujours grandissante des domaines de la culture (art, culture et patrimoine) s'expliquerait plus largement par l'action conjuguée d'une «marchandisation» progressive de la culture humaine – résultante de la demande incessante du capitalisme pour la mise en marché de produits nouveaux – et d'une sémiotisation croissante de la consommation, voire, à la suite de Featherstone (1991), une «esthétisation de la vie quotidienne» (les attributs esthétiques ou symboliques des biens et services sont de plus en plus valorisés), corollaire à l'émergence d'une culture de consommation de plus en plus diversifiée et fragmentée.

Cette conjonction de l'évolution de l'offre et de la demande à la faveur d'une esthétisation et d'une sémiotisation croissante de la consommation a été observée par une diversité de théoriciens de la culture; les travaux de Scott Lash et John Urry étant sans doute aujourd'hui les plus

^{12.} De manière révélatrice, c'est jusqu'à l'Organisation des Nations Unies qui a produit cette année son *Rapport sur l'économie créative 2008*. Ce rapport peut être téléchargé en suivant l'hyperlien <www.unctad.org/fr/docs/ditc20082ceroverview_fr.pdf>.

cités à cet égard. Lash et Urry sont parmi les premiers théoriciens à donner pour cadre d'analyse au développement de l'économie culturelle un capitalisme postindustriel/postmoderne. Le régime économique de ce nouveau capitalisme se résume pour eux en une formule, maintes fois reprise depuis dans la littérature: «the economy is increasingly culturally inflected [while] culture is more and more economically inflected (Lash et Urry, 1994, p. 64).

Cette idée a conduit à renouveler l'analyse à la fois des stratégies d'entreprises et celle du développement des territoires. Face à l'intensification de la concurrence et au développement de la mondialisation, l'acquisition de positions concurrentielles semble en effet permise par des efforts pour accroître la sophistication de l'offre. L'adoption de ce type de stratégie de différenciation vers le haut, qui dépend moins d'innovations technologiques radicales que différentielles, «a induit une hausse considérable des "composants culturels" de la production, en particulier dans les pays d'Europe occidentale» (Crevoisier et Kébir, 2007, p. 16). Le contenu culturel de la production économique permet en effet une évolution vers des produits à plus forte valeur ajoutée, puisque porteurs, outre leur valeur utilitaire, d'une dimension esthétique et sémiotique recherchée pour elle-même¹³. Comme le suggère l'économiste Xavier Greffe (Greffe, 2005, p. 19), l'ampleur du débat international sur les questions relatives à la diversité culturelle est certainement révélateur des enjeux commerciaux soulevés par l'insertion croissante de cette économie des «biens symboliques» dans l'économie financière globalisée.

2.2. Le travail de création au cœur d'un nouveau modèle d'organisation et de production industrielle

Une seconde tendance qui marque la mutation du statut de la culture (de la création) dans les économies des pays avancés se voit à l'œuvre à travers les transformations dans les aspects pratiques et plus symboliques du marché du travail, alors que les valeurs cardinales de la compétence artistique (l'imagination et la créativité, l'engagement personnel dans le travail,

^{13.} On comprend que cette économie culturelle rend caduque l'opposition entre vieille et nouvelle économie et complique d'autant plus l'identification des secteurs créatifs, dans la mesure où la stratégie d'entreprises de secteurs de spécialisation traditionnelle, de faibles et moyennes technologies (le secteur du meuble ou de l'habillement, par exemple) peut être de délaisser une production fonctionnelle et standard (fordiste) à la faveur d'une valorisation des aspects communicationnels (esthétiques et symboliques) des produits finaux, en vue de « marchandiser la différence ». Pour une discussion et des exemples, voir en particulier: LASH, S. et C. LURY (2007): Global Cultural Industry: The Mediation of Things, Cambridge, Polity Press; BERGER, S. (2006). Made in Monde. Les nouvelles frontières de l'économie mondiale, Paris, Le Seuil.

la dislocation des routines), ainsi que le modèle organisationnel du travail artistique s'étendent à d'autres «mondes» de production que celui de la production artistique proprement dit (Boltanski et Chiapello, 1999).

À compter des années 1970, le monde du travail se caractérise en effet, d'un côté, par la valorisation accrue de formes de compétences axées sur la créativité et la réflexivité et, d'un autre côté, par des transformations au plan du mode d'organisation de la production, qui favorise de nouvelles formes flexibles d'organisation du travail hautement qualifié: en réseau, par projet, décentralisé. Des relations d'emplois plus ténues, plus fluctuantes et plus individualisées accompagnent la perte de la prévalence de l'emploi salarié typique et la progression parallèle du travail flexible. Cette évolution du monde du travail fait ainsi dire à plusieurs que l'artiste, au même titre que le scientifique ou le travailleur en haute technologie, incarne désormais le travailleur des temps futurs (en particulier, Nicolas-Le Strat, 1998; Menger, 2002).

Si ce travail «artistico-flexible», pour reprendre l'expression d'Alain Lefebvre (Lefebvre, 2008), tend – comme plusieurs observateurs le pensent – à devenir le paradigme productif pour l'ensemble des activités économiques, c'est bien au moment où l'économie capitaliste apparaît reposer de manière croissante sur la valorisation et l'exploitation des éléments des connaissances, de la force inventive, de la capacité de créativité et d'adaptabilité. En dépit des nuances qui les distinguent, diverses conceptualisations de la nouvelle «nouvelle économie» («économie créative», «économie cognitive», «économie de la connaissance», «économie immatérielle»…) ont ainsi en commun de poser l'émergence d'un nouveau type de développement du capital fondé sur la valorisation et l'exploitation de tels actifs immatériels. Pour le sociologue américain Jérémy Rifkin, par exemple:

Le capital intellectuel est le véritable moteur de cette ère nouvelle, et il est d'autant plus convoité. Ce sont les concepts, les idées, les images, et non plus les choses, qui ont une vraie valeur dans la nouvelle économie. Ce sont l'imagination et la créativité humaines, et non plus le patrimoine matériel qui incarnent désormais la richesse » (Rifkin, 2000, p. 11).

Cette idée selon laquelle la création de valeur repose de plus en plus sur l'innovation permanente et la créativité, sur la matière grise des travailleurs plutôt que sur les industries qui les emploient n'apparaît d'ailleurs pas être une donnée particulièrement contemporaine et rappelle à l'actualité des idées déjà anciennes. Une filiation conceptuelle peut en effet aisément s'établir entre, par exemple, le « creative worker » dont on fait largement l'éloge aujourd'hui (Florida, 2002; Howkins, 2001), le « symbolic

analyst » de Robert Reich (1991) et le «knowledge worker » de Peter Drucker qui, dès les années 1960, proposait une première «formalisation » de la «knowledge class », telle qu'elle sera définie par Daniel Bell au milieu de la décennie suivante (Bell, 1973). Toutes ces figures du travailleur du futur, outre le fait d'annoncer la montée d'un nouveau type de travailleur (de modalités du travail) dans les économies contemporaines, ont en commun de mettre l'accent sur l'une ou l'autre des habiletés et compétences aujourd'hui prêtées au travailleur de la «nouvelle économie»: autonomie, implication personnelle, flexibilité ou adaptabilité, réactivité, tolérance au risque, imagination et créativité (Healy, 2002, p. 91; Lloyd, 2002, p. 519)¹⁴. Que Florida ait mieux réussi que d'autres à «vendre» aux décideurs publics l'importance croissante de ce type de travailleur dans la structure professionnelle des pays avancés, n'enlève a priori rien à la valeur de la proposition, si ce n'est l'éclat de sa nouveauté.

2.3. Recomposition des espaces productifs et nouveaux milieux de vie

Enfin, pour donner crédit à la théorie de « la montée de la classe créative », s'ajoute aux deux tendances précédemment évoquées la dynamique territoriale sélective de l'économie culturelle ou créative, qui aurait « naturellement » tendance à localiser ses activités – firmes et travailleurs – au cœur de certaines agglomérations urbaines ou types de ville. En effet, des travaux aujourd'hui nombreux signalent la formidable concentration des industries culturelles, des nouveaux médias ou du multimédia en quelques grandes aires métropolitaines (Pratt, 1997; Manzagol *et al.*, 1999; Lee *et al.*, 2000; Gibson *et al.*, 2002, etc.); cette logique spatiale résistant à la comparaison internationale (Hall, 1998; Christopherson, 2004). La géographie de

^{14.} Il ne s'agit pas ici de confondre savoir et créativité en une même théorie du «capital humain», mais bien plutôt de souligner la valorisation de mêmes aptitudes et compétences. De ce point de vue, les propositions de Florida sur l'ascension sociale d'une nouvelle classe créative trouvent un fort écho, en France, dans les travaux du sociologue Pierre-Michel Menger. En regard de l'«extraordinaire valorisation des ressources de connaissance et de créativité dans les économies capitalistes modernes», Menger affirme d'ailleurs, d'une manière qui rappelle directement les propositions de Florida, que: «les industries de haute technologie, les activités d'expertise juridique, financière et gestionnaire, la recherche scientifique fondamentale et appliquée, le secteur de l'information et les industries de création forment une avant-garde, avec ses sites et ses vitrines (les villes mondes comme Londres, New York, Los Angeles, Paris, Berlin, Tokyo, Shanghai...), sa doctrine organisationnelle (le projet, le réseau, l'équipe, l'implication, le contrôle décentralisé, la responsabilité...) et sa philosophie du travail fondée sur l'individualisation (Menger, 2002, p. 7).

l'économie (techno)culturelle ou (techno)créative se caractériserait ainsi par des agglomérations denses d'entreprises de taille et de nature variées, localisées le plus souvent au sein où à proximité de grands centres urbains (Scott, 1997)¹⁵.

Le constat appuie les thèses de géographie économique qui soutiennent plus généralement l'importance accrue des agglomérations métropolitaines en contexte de mondialisation et de tertiarisation d'une économie désormais «globale», laissant à penser le renforcement des agglomérations déjà fortement attractives (notamment Storper, 1997; Sassen, 1994). S'il est peut-être trop tôt encore pour voir dans le paradoxe géographique de cette concentration territoriale l'échec des thèses sur la déconcentration des activités productives avec le développement des TIC (Lethiais et al., 2003), des auteurs d'horizons intellectuels variés y voient néanmoins la confirmation que la ville, à tout le moins l'héritage de la ville traditionnelle dense et diversifiée, est garante de l'efficacité du «travail créatif-intellectuel » (Nicolas-Le Strat, 1998) rencontré dans les secteurs les plus fortement innovateurs (culture, information, savoir) d'une nouvelle économie culturelle ou créative. L'enjeu est alors de décliner, de typifier et de décrire précisément le rapport qui s'observe entre l'émergence de ces nouvelles formations industrielles et la spécificité des sites mêmes de la production, envisagés tantôt comme «new media spaces» (Pratt, 2000), «reconstructed landscapes» (Hutton, 2000, 2004), ou encore «ecologies of creativity» (Grabher, 2001).

Nous reviendrons plus loin sur les diverses tentatives d'exploration des liens entre territoires et processus productif. Ce qu'il importe de bien voir pour le moment, c'est que l'utilisation de l'espace par des entreprises faisant commerce d'innovation-créative n'est pas la seule forme représentative des processus de spatialisation par lesquels cette «nouvelle économie» se matérialise dans les zones urbaines centrales. À compter de la fin des années 1970, les analyses de la structure de la division sociale des espaces métropolitains appuient en effet la thèse d'une restructuration du noyau central des villes à fort développement tertiaire par une «post-industrialisation» qui recrute des catégories de travailleurs dont la position socioéconomique (le niveau de vie) en fait pourtant des candidats tout

^{15.} Scott lui-même s'empresse de souligner que la tendance générale n'exclut pas pour autant du paysage mondialisé de l'«économie culturelle des villes et des agglomérations de plus petites envergures», comme en témoigne l'exemple de Limoges, réputée internationalement pour sa production de porcelaine.

désignés à la vie suburbaine¹⁶. En Amérique du Nord comme en Europe occidentale, les catégories de la production fordiste (ouvriers qualifiés et semi-qualifiés) apparaissent progressivement céder du terrain dans les classements statistiques urbains face à l'envahissement de la ville-centre par des «nouveaux professionnels» appartenant aux couches moyennes et moyennes supérieures: «salariés de la société de service», «hyper cadres de la mondialisation financière», mais aussi «élites urbaines circulantes et globalisées» de la classe créative, exerçant des activités professionnelles dans les domaines de la connaissance et de l'innovation (pour une synthèse: Authier et Bidou-Zachariasen, 2008).

L'explication du phénomène est plus particulièrement cherchée dans l'aspect fonctionnel de la centralité (la concentration au centre des activités du tertiaire avancé et des services connexes), mais aussi dans son aspect symbolique : le « retour en ville » de certaines fractions des catégories plus aisées serait peut-être avant tout un «retour à la ville» (Germain, 1986). Avec pour assises théoriques essentielles la sociologie bourdieusienne, l'attention se porte vers les significations sociales de l'investissement, tant matériel que symbolique, de l'espace résidentiel d'adoption. Dans cette perspective d'analyse, on cherche à montrer que la ville-centre représente non seulement le lieu par excellence de pratiques de consommation culturelle socialement différenciées, elle devient en elle-même un objet de consommation et de distinction sociale. La recherche empirique met en relief des processus d'esthétisation ou de sémiotisation des paysages urbains par l'art, la culture ou la simple présence des artistes, et souligne très tôt le rôle-clé qu'ils jouent dans les dynamiques de développement territorial (pour une synthèse: O'Connor, p. 35). C'est ainsi que, des nouveaux «intermédiaires culturels» de Featherstone (Featherstone, 1991) aux «néobohémiens» de Richard Lloyd (2002), en passant par les «lofteurs»

^{16.} Depuis les travaux pionniers de l'École d'écologie humaine de Chicago dans les années 1920, de nombreuses études sur l'espace social de la ville ont établi l'existence d'un lien entre la position socioéconomique (le niveau de vie) et la ségrégation résidentielle, en mettant plus particulièrement en exergue un principe de hiérarchisation sociale des espaces construits sur l'opposition entre catégories socioprofessionnelles inférieures (la «classe ouvrière») et supérieures (la «classe riche» ou, plus largement, les «classes moyennes» en voie d'ascension sociale). Ce facteur de hiérarchisation serait aujourd'hui encore l'un des principaux principes organisateurs de la ségrégation résidentielle. La meilleure illustration du phénomène est donnée par les villes nordaméricaines, caractérisées depuis toujours par la migration des catégories sociales relativement aisées vers la périphérie. Suivant les modèles classiques en études urbaines de l'analyse socioécologique et économétrique, la structure de ces différenciations socioéconomiques dans la ville est souvent schématisée par un modèle auréolaire, supposant des revenus qui augmentent avec la distance au centre.

de Sharon Zukin (1982), les techno-yuppies ou «bobos» de David Brooks (2000), la classe créative de Florida trouve autant de variantes théoriques, en autant que l'accent est mis sur le rapport réflexif à la culture qu'entretiennent les individus et par lequel la consommation culturelle devient un vecteur identitaire de premier ordre.



À la lumière des évolutions sociétales récentes, l'accent mis dans la théorie de la «montée de la classe créative » sur la part du culturel dans les réalités économiques nouvelles des sociétés avancées mériterait donc un examen attentif et rigoureux, quelle que soit la dimension performative et utopique de cette théorie. Dans l'état actuel de la recherche sur l'économie culturelle ou créative et ses territoires, deux questions apparaissent plus particulièrement cruciales pour la recherche et les politiques publiques urbaines. La première a trait à la délimitation des frontières de cette économie nouvelle qui, si elle trouve sa résolution dans un système de classement des «industries de contenu» relativement consensuel, se complique lorsque l'identification de ses secteurs vise à tenir compte du statut particulier du travail et des travailleurs (Lefebvre, 2008). Le débat autour de l'ascension sociale d'une soi-disant classe créative le montre bien. La seconde question, celle qui nous intéressera plus directement ici, est celle de la conceptualisation des liens intersectoriels qui donnent forme à cette nébuleuse qu'est l'économie créative, notion par essence pluridimensionnelle.

Avec pour principal cadre de référence la modélisation de l'économie des biens culturels élaborée par Throsby (2001, p. 112), de nombreuses publications récentes, qu'elles émanent de chercheurs ou d'institutions officielles, proposent en effet de voir les arts, les artistes et les activités économiques des arts professionnels au premier maillon de la «chaîne de valeur» des industries créatives, sinon au centre «radiant» d'une créativité diffuse dont bénéficie l'ensemble de l'économie (pour une revue des modèles: CNUCED, 2008). On retrouve là un modèle classique de l'économie des politiques culturelles dans les sociétés libérales, bien que les arguments-forces en faveur d'une politique artistique (biens d'intérêt public, effet externe positif des arts au profit du tourisme et des industries culturelles, effet multiplicateur de la dépense culturelle) prennent cette fois une couleur plus franchement économique. C'est ainsi qu'est promu l'apport d'un large secteur culturel non-marchand, financé par les fonds publics de l'État et soutenu de diverses manières par les collectivités locales et territoriales, à l'attractivité des territoires et, plus directement, à l'appareil productif local et national. Le succès de ces hypothèses auprès des décideurs publics, des industriels mais aussi d'une communauté scientifique élargie se traduit par des initiatives multiples et diverses qui

promeuvent dans l'entreprise comme sur le territoire le dialogue des arts et des sciences ou, plus justement peut-être, des arts et des technosciences (Century, 1999; Jennings, 2000; Mitchell *et al.*, 2003, etc.)¹⁷.

Or, s'il n'y a pas lieu de douter de la validité des analyses, on peut douter de la légitimité de leurs conclusions. À tout le moins, les bilans des recherches menées sur le thème se concluent sur un même constat: «important research gaps [exist] on how artistic and cultural activities contribute to economic innovation and quality of life in cities» (Bradford, 2004, p. 11; Oakley, 2004, p. 28; Vorley, Mould et Smith, 2008; etc.). En ce sens, il apparaît utile de reprendre la question de départ chez Florida (qu'est-ce qui affecte le choix de localisation résidentielle des professionnels dits «créatifs»), pour interroger à partir de là jusqu'à quel point l'espace urbain, et plus particulièrement la matière culturelle du territoire, est déterminant dans l'agir de ces travailleurs 18. En termes de politique économique, toute la question est en fait de savoir si le fait culturel (les arts et la culture), en tant que caractéristique parmi d'autres du territoire d'accueil, peut entrer dans les composantes mobilisables d'une «offre territoriale» potentielle, susceptible d'influer positivement sur la capacité concurrentielle des industries (techno)créatives locales. Dit autrement, en quoi la présence des arts et des artistes dynamise-t-elle le territoire productif? L'examen des réponses apportées à cette question par la science économique régionale permet d'étayer et d'ouvrir plus largement la réflexion initiée par Florida.

3. La ressource culturelle locale: une nouvelle lecture des enjeux territoriaux

Peut-on associer dynamisme artistique et dynamisme économique des territoires? Au tournant des années 2000, Florida n'est pas le seul à s'intéresser à cette question. Autour d'un ensemble de notions tributaires de

^{17.} À Montréal, pour ne prendre à preuve que ce seul exemple «local », plusieurs structures institutionnelles ont explicitement pour mission ou objectif le développement de ces interactions et maillages «transectoriels» (Alliance NumériQC, ISAT, Hexagram, Elektra, etc.), tandis que le projet de la Cité du Multimédia constitue l'exemple paradigmatique de telles orientations données aux politiques urbaines, qui misent sur la «rencontre» des arts, des technologies et de l'industrie.

^{18.} Le «travailleur créatif» renvoie à une catégorie sociale et une catégorie socioprofessionnelle non stabilisées. Nous utilisons ici le terme uniquement afin de distinguer, en première analyse, «l'artiste», dans son acception traditionnelle (moderne), de ces détenteurs de qualifications artistiques ou culturelles qui exercent un métier à vocation créative dans un environnement où la légitimité est avant tout commerciale.

l'hypothèse de la nouvelle «nouvelle économie («métropolis créative» «villes créatives», «industries créatives», «districts culturels-créatifs», «nouvelles bohèmes urbaines», etc.), la science économique régionale interroge le rôle de la culture dans la recomposition économique des espaces urbains et questionne sa place dans la dialectique créativité/ territoire¹⁹. Si différents courants de recherche anglo-saxons et francophones voient dans la ressource artistique locale une source potentielle d'avantage comparatif pour le territoire et l'industrie créative locale, les perspectives et les explications diffèrent selon les auteurs. Plus exactement, il est possible de dégager trois grands corps d'hypothèses qui mobilisent l'attention des chercheurs et sous-tendent à l'heure actuelle la majorité des travaux théoriques et empiriques menés sur le sujet: 1) les hypothèses relationnelles sur le «milieu créatif» comme entité productive socioterritoriale; 2) les «effets» de lieu ou la composante culturelle idiosyncratique des produits à plus forte valeur ajoutée; 3) l'incidence des aspects culturels de la qualité de vie urbaine sur l'attractivité des territoires et la formation corollaire de bassins localisés de main-d'œuvre qualifiée. En bref: des «effets de milieu», des «effets de lieu» et des «effets de culture» (en termes de valeurs et d'aspiration) sont donnés parmi les constituants/ constitués d'«écologies créatives» à base (partiellement) locale.

En dépit des polarités fortes qui s'observent dans la recherche, nous voudrions soutenir ici que ces trois grandes voies d'explication ne sont pas mutuellement exclusives et que l'intérêt principal de la théorie de la classe créative réside sans doute dans le regard synthétique qu'elle tente de développer autour d'elle. D'autres auteurs intègrent et combinent, dans une certaine mesure, les différentes perspectives analytiques. Il en va ainsi, par exemple, des travaux les plus récents d'Allen J. Scott sur l'économie culturelle des villes qui, à tout le moins, laissent entendre le caractère transversal de l'objet (Scott, 2006a; 2006b). De même, et d'une manière plus franche, plusieurs collaborateurs à l'ouvrage collectif *Creative Cities. Cultural Industries, Urban Development and the Information Society* (Verwijnen et Lehtovuori, 1999) croisent les perspectives et articulent les problématiques (voir en particulier O'Connor, 1999). En gardant donc en

^{19.} La «science économique régionale» est située ici à l'intersection de disciplines scientifiques, en premier lieu l'économie régionale, urbaine et spatiale, d'un côté, et la géographie économique et urbaine, de l'autre. Dans les approches récentes de cette science économique régionale, la volonté de se dégager de modèles interprétatifs construits autour des dichotomies modernes (l'économique et le culturel, le local et le global, etc.), se double au plan méthodologique d'un effort d'intégration disciplinaire, supportant des tentatives d'extension de l'explication économique vers l'explication sociologique et anthropologique.

tête le caractère analytique des distinctions proposées, ces trois grandes voies d'explication offrent, à partir des angles de questionnement et des développements théoriques qui leur sont propres, un cadre conceptuel et analytique permettant de décomposer le problème de départ et de dégager un certain nombre d'hypothèses de recherche. Elles sont brièvement présentées ci-après, et de façon successive.

3.1. Des effets de milieu

Dans la littérature portant sur les ressorts géographiques de l'économie créative, la reconnaissance d'une nouvelle fonction économique à la culture repose avant tout sur l'identification d'un lien entre la culture (les arts), la créativité et l'innovation. En conséquence logique, un premier point d'ancrage théorique pour conceptualiser la ressource artistique locale en tant qu'actif territorial est trouvé dans les travaux menés sur l'agglomération spatiale de l'innovation. Cette problématique a crû en popularité au cours des récentes années et constitue désormais un champ de recherche vaste et très actif, où la multiplicité des écoles de pensée se révèle d'ores et déjà à travers l'abondance des appellations disciplinaires dont se réclament les chercheurs: économie géographique, géographie économique, nouvelle géographie industrielle, géographie socioéconomique, économie spatiale, économie régionale, économie urbaine, géographie de l'innovation...

L'examen de cette littérature montre que le débat sur les facteurs qui favorisent la localisation et la concentration spatiale des activités d'innovation demeure ouvert et largement discuté, d'autant plus que les explications s'avèrent non exclusives. Dans les approches en termes de croissance régionale, comme dans les approches en termes de localisation, s'opposent en particulier les défenseurs de la «diversité» aux défenseurs de la «spécialisation» sectorielle. Ces éléments du débat – spécialisation versus diversité – informent depuis un temps déjà l'analyse des effets de l'agglomération sur l'activité économique à travers les deux grandes catégories que recouvre traditionnellement la notion d'économie d'agglomération, à savoir les économies de localisation, d'une part, et les économies d'urbanisation, d'autre part²⁰. Deux hypothèses concurrentes réactivent aujourd'hui ce débat, offrant des explications contrastées à la mise en synergie des activités créatives dans un espace géographique donné.

^{20.} Rappelons que, suivant W. Isard (1956), les «économies de localisation» se voient à l'extérieur des firmes et à l'intérieur de l'industrie agglomérée (à l'image des «économies externes» marshalliennes), tandis que les «économies d'urbanisation» se voient à l'extérieur des firmes et à l'intérieur de l'espace urbain, constituant ainsi un second type d'externalité.

De l'atmosphère industrielle du cluster culturel...

La très forte majorité des travaux qui explorent la dimension territoriale de l'économie culturelle ou créative emprunte au modèle des «territoires innovants», théorisé sous ses diverses variantes (district industriel, milieu innovateur, système d'innovation...), pour faire valoir les avantages comparatifs tirés de la concentration spatiale des activités et des partenaires dans un même espace géographique. S'appuyant sur la notion d'atmosphère industrielle introduite par Alfred Marshall il y a plus de cent ans, l'argument central veut que l'existence et la permanence de liens de proximité entre individus ou entreprises suscitent une dynamique relationnelle propice à générer les externalités particulières à la créativité et à l'innovation; une «atmosphère» créative locale dont bénéficierait l'ensemble des partenaires industriels, firmes et travailleurs. Un espace géographique économiquement spécialisé favoriserait, de fait, le développement et la cohésion d'une « communauté productive locale » (place-based community), progressivement constituée sur et grâce au territoire et qui, par le partage, la diffusion ou la construction commune de savoirs entre artistes, artisans et autres créateurs industriels, stimulerait l'apparition d'innovation ou, du moins, leur diffusion au sein de cet espace. Les notions de «districts culturels» et de «clusters culturels» sont avancées parmi d'autres pour rendre compte de ces formes d'agglomérations locales d'activités intensives en savoir, ainsi que les effets de milieu qu'elles induisent.

Les travaux fondateurs du géographe économique américain Allen J. Scott sur l'économie culturelle des villes sont emblématiques de cette orientation de recherche, qui lie proximité spatiale (« district »), proximité organisationnelle (« milieu ») et innovation (Scott, 1997; 2000). Scott voit dans la tendance à l'agglomération des industries culturelles et du multimédia l'expression postfordiste des districts industriels marshalliens. S'il s'intéresse à ces industries, c'est avant tout pour en comprendre les logiques de localisation et d'agglomération, susceptibles de concerner l'ensemble des systèmes productifs. Dans un chapitre de son *Cultural Economy of Cities* (2000), le chercheur marie géographie économique et sociologie de l'art pour faire valoir les propriétés endogènes d'un « champ créatif » localisé, qu'il nomme aussi « système régional de créativité et d'innovation » ou, plus récemment, « système de production cognitif-culturel » (Scott, 2007). Ces notions promeuvent une même idée :

[...] qualities such as cultural insight, imagination, and originality are actively generated from within the local system of production, and put into service in the shaping of final outputs. [...] Creativity and innovation in the modern cultural economy are thus in significant ways social phenomena that emerge directly out of the logic of the production system and its geographic milieu. (Scott, 2000, p. 38-39).

Pour Scott, les effets positifs de ce type d'externalités territoriales ne bénéficient pas seulement à la formation sociospatiale qui les rend possibles, mais peuvent déborder à terme sur l'ensemble de l'agglomération urbaine. En postulant, sur la base notamment des travaux de Lash et Urry (1994), l'affirmation d'un régime de concurrence fondé sur l'innovation et la différenciation, le chercheur reconnaît dans ces systèmes localisés de créativité un facteur premier de compétitivité et d'attractivité des territoires²¹.

... à l'atmosphère urbaine de la ville créative

Plus récemment, les théories de l'innovation fondées sur les réseaux sociaux font valoir l'importance des liens tissés, cette fois, avec l'extérieur des communautés organisées ou instituées pour expliquer l'occurrence d'une pratique créative et innovante. L'argument central veut que la confrontation avec des personnes aux valeurs et aux attitudes différentes favorise le «choc des idées», constituant de ce fait une occasion sérieuse de créativité et d'inventivité. Ainsi, ce sont les rencontres accidentelles de face à face et l'activation de liens sociaux faibles, autant sinon plus que des liens forts, qui apparaissent aux sources premières de l'innovation. Ces constats réalisés par le sociologue Granovetter au début des années 1970 (Granovetter, 1973) ont trouvé leur application dans l'entreprise, pour ensuite renouveler la réflexion sur l'agglomération de l'activité économique.

Dans la perspective d'analyse ouverte par Granovetter, la caractérisation de l'«économie de l'agglomération» ne peut en effet se réduire à une «atmosphère industrielle» propice à la diffusion de savoir-faire et des technologies de nature spécialisée ou particulière à l'industrie (à la

^{21.} Ces analyses entrent en résonance avec une approche territorialisée des «mondes de l'art», qui met en valeur les effets de la proximité géographique et du partage de valeurs communes dans la définition des espaces d'occasions qui s'offrent aux artistes (Becker, 1988). Ainsi, Menger (1993) explique la concentration des activités artistiques à Paris en mettant en évidence deux facteurs principaux: 1) la présence d'un réservoir de main-d'œuvre excédentaire (une «armée de réserve ») et 2) la recherche et l'échange constant d'information. Les études portant sur le travail par projet reprennent et développent ces idées. Le travail par projet est identifié comme une caractéristique organisationnelle première des industries créatives. Il repose avant tout sur des individus (et non pas sur des firmes), sur leurs compétences et sur leurs réseaux. Ces réseaux et les communautés qui les animent constitueraient l'infrastructure sociale de base de l'organisation par projet: ils assurent l'accès à des sources de stimulation et d'émulation créatives, mais aussi à un bassin de talents, à des sources d'information, de légitimation et de réputation. À tous ces égards, ce sont les réseaux territorialisés qui performeraient le mieux (Grabher, 2001, 2002a, 2002b; Ekynsmith, 2002; Christopherson, 2002, 2004).

branche productive). La performance territoriale, au sens d'une capacité collective à innover, résiderait au moins autant dans la capacité d'établir des relations variables et temporaires avec des partenaires multiples et hétérogènes. Les zones urbaines les plus densifiées sont pressenties comme l'endroit idéal à l'épanouissement de ces processus sociaux, puisqu'elles offrent de multiples occasions de contacts, d'interactions et de circulation d'information entre intervenants étrangers. Charles Landry, par exemple, insiste sur ce type d'externalité (ou effets de milieux) dont la ville serait le siège:

Face-to-face interaction [among a critical mass of entrepreneurs, intellectuals, social activists, artists, administrators, power brokers or students] create new ideas, artefacts, products, services and institutions and, as a consequence, contributes to economic success (Landry, 2000, p. 133; Landry, 2006).

L'idée n'est, là encore, pas nouvelle: dès les années 1960, Jane Jacobs avance l'hypothèse d'une dynamique vertueuse de croissance liant la capacité à innover et un environnement local ouvert et créatif (Jacobs, 1961, 1969). Elle aura servi ces dernières années, à travers les hypothèses de «la ville créative», à thématiser non seulement la diversité de la base économique des villes, mais aussi la diversité de leurs milieux (socio)culturels sous l'angle d'une «ressource» apte à fonder l'avantage concurrentiel des territoires. Pour Richard Florida et les chercheurs qui s'inscrivent à sa suite, «living in an open and diverse environment helps to make talented and creative people even more productive» (Florida et Gertler, 2003, p. 11). À Montréal, ces effets de milieu trouveraient plus particulièrement leur origine dans des interactions entre la haute technologie, le design et les arts, favorisées par la circulation des personnes sur un vaste marché indifférencié du travail (Stolarick et Florida, 2006)²².

^{22.} Les développements récents dans la science économique régionale des approches portant sur la polarisation des activités économiques tendent à promouvoir une même idée: parmi les ressources disponibles capables de valoriser un territoire, la force de travail, et plus précisément les compétences, constituent un atout privilégié. Il est ainsi fréquent de voir mobiliser l'explication par le marché du travail pour rendre compte des logiques spatiales sélectives des industries technoculturelles ou technocréatives en faveur de zones urbaines fortement dotées en «capital créatif». Quelle que soit l'approche défendue, l'intérêt porté à la question de la mobilité du travail qualifié au sein d'un cluster ou sur le bassin local d'activité repose sur l'hypothèse voulant que, avec le développement de l'externalisation et de la sous-traitance intersectorielle, se mette en place une logique de répartition croisée des compétences entre les industries. Nous avons eu l'occasion ailleurs de discuter les présupposés et les limites de cette hypothèse (Roy-Valex, 2008).

Cherchant à traquer les sources de créativité d'un studio de jeux vidéo montréalais, Cohendet et Simon (2007) arrivent à des conclusions semblables sur l'apport du secteur non-marchand de la création artistique à la mise en synergie locale des activités créatives. À la suite de Florida, ils insistent sur la nécessité de hisser aux enjeux de toute politique de compétitivité territoriale la multiplication des lieux de sociabilité de proximité, en particulier les lieux de diffusion de cultures marginales, pour développer et consolider de tels «effets de synergie» ou de «fertilisation croisées». Ces propositions suscitent outre-Atlantique l'intérêt des jeunes chercheurs (par exemple Suire, 2004; 2007).

3.2. Des effets de lieu

En contrepoint d'une géographie économique qui interroge l'espace à travers ses structures sociospatiales, la contribution positive des arts et des artistes au dynamisme économique du territoire (de l'industrie créative locale) est pensée et analysée à partir des attributs et des propriétés particuliers du lieu géographique de la production. Il faut entendre ici le rôle joué par les qualités intrinsèques du territoire – matérielles et physiques –, mais aussi par ses qualités relatives: les éléments d'ordre symbolique, de réputation, de tradition qui entrent dans les constituantes des identités régionales et locales. Sous cet angle, le rapport que les productions intellectuelles et culturelles (ou créatives) entretiennent avec le territoire est pensé de manière dialectique, le concept de lieu (*place*) servant toujours, au moins implicitement, l'analyse²³.

Suivant l'argument général, le lieu est le réceptacle des interactions économiques et culturelles et n'existe pas de façon inerte: il marque par ses attributs les biens et services produits localement autant qu'il se voit «marqué», en retour, par les attributs de ces produits. Dans cette dynamique, les identités culturelles des villes sont elles-mêmes des marchandises produites, commercialisées et consommées, entre autres, sous forme de survalue aux produits. En retour, les industries culturelles ou créatives exercent sur ces villes un impact économique, mais aussi symbolique

^{23.} Le concept de *place*, central à la géographie anglo-saxonne, est difficilement traduisible en français puisqu'il renvoie à la fois à un lieu, au sens de localisation, à un «décor» conviant à une ambiance particulière, et à un point d'insertion social entre le local et le global (Crang, 2001; Le Bossé, 1999). Dans les approches relationnelles évoquées ci-avant, le concept est utilisé essentiellement pour en souligner la dimension sociale et culturelle. La perspective présentée ici met davantage l'accent sur le rôle du symbolisme dans le processus identitaire. Les notions de réputation et d'authenticité sont centrales.

(Gravari-Barbas et Violier, 2003)²⁴. Ce rapport dialectique entre lieu et production culturelle s'observe notamment à travers l'effet de réputation du site, qui s'accroît au fur et à mesure des localisations et rétroagit individuellement sur chacune des entreprises. Ainsi, une métropole jouissant d'une image, fondée ou non, de « ville créative » est susceptible plus qu'une autre d'attirer à elle des gens à l'esprit créateur et, à terme, de voir son image renforcée par une spécialisation accrue de l'industrie locale vers des finalités plus créatives que techniques (Braczyck *et al.*, 1999).

À l'échelle de l'individu, le «poids» des spécificités culturelles locales dans les logiques spatiales de l'économie créative est plus directement pensé à partir des ressources qu'offre le site de production pour stimuler le processus créatif. L'hypothèse première veut que les artistes, artisans et autres créateurs industriels soient, en raison des exigences de créativité et d'innovation propres à leur activité professionnelle, eux-mêmes sensibles au profil artistique et culturel de la localité où ils exercent leur activité. À cet égard, on s'entend pour dire que la localisation dans un centre urbain culturellement dynamique offre deux grands «avantages comparatifs» pour le créateur en quête d'inspiration: non seulement celuici est-il exposé, de fait, aux formes les plus variées de l'innovation (artistique, esthétique, technologique), il lui est également permis de prendre le pouls des dernières tendances, voire de flairer celles en émergence (entre autres: Drake, 2003, p. 519-520).

Dans cette perspective d'analyse, la ville est posée comme un réceptacle des savoirs où s'accumule un stock de ressources culturelles et intellectuelles, accessibles et mobilisables. Ce stock se présente sous une

^{24.} Des exemples systématiquement cités prennent une valeur paradigmatique: la porcelaine de Limoges, le cinéma hollywoodien, la haute couture parisienne... La notion de «produit idiosyncratique» met en relief l'existence d'un lien étroit entre ces produits de l'industrie créative et les lieux de leur production. Reprenant l'idée selon laquelle les mutations récentes du capitalisme favorisent les marchés de créneaux où la stratégie commerciale repose sur la différenciation et la spécialisation du produit (voir point 1.2), plusieurs analystes soulignent l'intérêt des entreprises - multinationale comme PME locales – à valoriser le caractère idiosyncratique des produits – soit leur qualité communicationnelle ou symbolique – pour se singulariser (Greffe, 2008). Une notion concurrente, directement dérivée de la science économique et relativement plus ancienne, celle de « ressource culturelle spécifique », vise pareillement à souligner le potentiel économique de la culture locale, entendue dans son sens le plus large: le patrimoine bâti, des pratiques culturelles et sociétales, mais aussi une sensibilité esthétique particulière, un savoir et un savoir-faire hérité, etc. L'enjeu autour de la mobilisation de ce type d'attribut-ressource est situé tant du côté de la firme que du territoire: retrouver un sentier de croissance plus viable, accroître les avantages concurrentiels... (voir plus récemment: Gumuchian et Pecqueur, 2007).

forme matérielle (bibliothèque, musée, artefacts, etc.), sous une forme immatérielle (colloque, etc.), sous une forme plus institutionnelle (université, centre de recherche, etc.), ainsi que sous la forme des milieux artistiques et intellectuels qu'elle abrite. À cela s'ajoutent les ressources «sensibles» de la ville, alors que celle-ci archive aussi des formes esthétiques, des idéalités, des qualités symboliques (Nicolas-Le Strat, 1998, p. 127-129). C'est ainsi que les gens à l'esprit créateur, à travers leur expérience individuelle de la vie artistique et culturelle urbaine, puiseraient à même les événements et les paysages, les scènes et les ambiances de rue, pour nourrir leur travail de création et leur inventivité (O'Connor, 1999; Lloyd, 2002, etc.). Si Florida, comme d'autres, puisent à même ces idées pour théoriser le lien entre créativité et territoires (Florida, 2002, p. 182-187), l'étude empirique la plus poussée sur cette question est peut-être celle d'un géographe anglais, Graham Drake, dont les résultats ont été plus récemment publiés (Drake, 2003)²⁵.

3.3. Des effets de culture. Styles de vie et préférences résidentielles

Enfin, un troisième champ d'analyse qui s'est développé à la faveur d'une prise en compte de la culture comme levier de développement des territoires délaisse l'approche en termes d'économie productive pour privilégier la seconde grande approche de la science économique régionale, à savoir l'économie résidentielle. Le paradigme de l'attractivité résidentielle et son

^{25.} La posture défendue par ce chercheur présente de fortes affinités épistémologiques et méthodologiques avec les travaux d'au moins un autre géographe, une consœur allemande, Ilse Helbrecht (1998, 2004). En effet, Helbrecht déplore tout comme Drake l'attention trop exclusive portée aux dimensions collectives ou sociales des processus de création et d'innovation dans l'explication des schémas de répartition spatiale des activités productives des «secteurs créatifs». Forte des résultats d'une étude qualitative menée à Vancouver et à Munich sur deux secteurs « créatifs » (en l'occurrence, le design et la publicité) (Helbrecht, 1998), la chercheure défend la pertinence d'une conception «non-représentationnelle» de la ville, qu'elle semble situer à michemin entre une optique réaliste/empirique et une optique phénoménologique. Il s'agit en effet pour elle de faire une large place à l'analyse de la relation sensible, émotionnelle ou esthétique suscitée par les sites de vie et de travail, à travers la prise en compte de la «saisie expérientielle», personnelle et subjective de la structure matérielle ou physique de ces espaces. Dans les mots mêmes de la chercheure: «Firms in the creative service sector (i.e. design, advertising) choose their locations very strongly on the basis of the "look and feel" of the building, the "look and feel" of the neighbourhood, and the "look and feel" of city - i.e. bare geographies - in order to foster the creative capacities of their employees » (Helbrecht, 2004, p. 196-198). Thomas A. Hutton (Hutton, 2006) reprendra plus récemment ces idées.

double, l'attractivité culturelle, des loisirs et de la qualité de la vie, sont mobilisés pour établir un lien positif entre la présence d'actifs et d'activités artistiques, d'un côté, et l'attractivité du territoire auprès des investisseurs, des industriels, ou des travailleurs migrants, de l'autre.

La culture sert depuis longtemps des stratégies de régénération urbaine axées sur le tourisme et la consommation, au point qu'il est un lieu commun des sciences sociales d'associer le thème de l'attractivité territoriale et celui de l'offre culturelle locale. La reprise de ces idées dans des travaux portant sur l'économie créative et ses territoires doit aussi, et surtout peut-être, aux théories du capital humain développées au cours des cinquante dernières années. En effet, depuis les travaux pionniers des années 1960, ces théories défendent – non sans mal – l'existence d'une relation de cause à effet entre le savoir et le savoir-faire des travailleurs et la croissance économique. Or, dans la recherche des facteurs explicatifs de la distribution spatiale du capital humain qualifié, elles ont su mettre en valeur des variables relatives à la qualité de vie en général et aux éléments physiques du cadre de vie en particulier, y compris la présence de commodités culturelles.

Les travaux récents menés sur ce thème infléchissent la problématique vers une prise en compte extensive et plurielle de l'offre culturelle des territoires. Outre le concept de «quality of place» chez Florida (2002, p. 231), deux notions voisines sont développées, celle de «scènes culturelles» et celle d'«ambiances urbaines», qui mettent à mal une certaine homogénéité de vue sur ce que recouvre le concept du développement culturel local. D'une part, la culture est moins appréhendée sous l'angle de la dotation du territoire en équipements culturels (musée, salle de spectacle, conservatoire...), qu'à travers des aspects intangibles (les esthétiques, les idéalités, les ambiances, bref, la qualité des paysages urbains) relatifs à la perception et à l'appréciation subjectives de la vitalité artistique et culturelle locale. D'autre part, cette attention portée aux dimensions ressenties du cadre de vie conduit à valoriser le rôle de la culture dans la construction d'espaces symboliques, affectifs et imaginaires et, partant, la constitution d'«espaces de référence» comme lieux de production de normes identitaires et distinctives.

En plus de mettre en évidence le rôle de ces espaces de référence dans les processus de construction et d'affirmation identitaire (un thème privilégié de la sociologie urbaine), l'analyse brouille les distinctions et clivages habituels entre une «culture cultivée» institutionnalisée et fortement administrée (par l'État, sinon le marché) et des cultures vécues, populaires ou vernaculaires, plus faiblement administrées. En somme, il s'agit moins de s'intéresser à la quantité qu'à la qualité de l'offre culturelle, cette

dernière se conjuguant désormais au pluriel, puisque relative notamment à un certain contexte social de valorisation, à la subjectivité, à l'interprétation et aux représentations. C'est dans cette perspective, par exemple, que Terry Nichols Clark cherche à développer une théorie des scènes culturelles qui tissent la trame urbaine (Silver, Clark et Rothfield, 2006).

La nécessité de considérer la coexistence dans l'espace urbain de diverses formes culturelles apparaît d'autant plus pertinente qu'une nouvelle esthétique consommatoire, caractérisée par une forme d'éclectisme et de cosmopolitisme culturel, orienterait des dynamiques d'implantation dans l'espace résidentiel des quartiers urbains centraux. Si ce modèle de l'omnivoriste culturel est au cœur des analyses conduites par Richard Florida (Florida, 2002, p. 79), ce dernier n'est pas le seul, dans le champ des études urbaines, à prêter volontiers aux travailleurs de la «nouvelle économie» des valeurs d'ouverture et de diversité conduisant à privilégier comme lieu d'établissement résidentiel les espaces de la ville-centre (O'Connor, 1999; Pratt, 2000, 2002; Lloyd, 2002; Hutton, 2006, etc.)²⁶.

La nouvelle «élite créative » pointée dans ces travaux participerait de ce fait pleinement d'une nouvelle «classe moyenne urbaine » (Ley, 1996), évoquée plus ou moins explicitement par nombre d'analyses pour son double rôle de producteur et de consommateur de la ville (et de porteparole du nouvel art de vivre en ville). Il est néanmoins reproché aux analystes de cette classe moyenne – à Sharon Zukin, en particulier – de surestimer la correspondance entre ce groupe et les nouveaux paysages «postmodernes» de la consommation, où surabondent les mégacentres commerciaux et les parcs de loisir. Au contraire, les espaces de proximité (le quartier, le voisinage) et l'ambiance de la rue où se côtoie le plus divers, cette «organic and indigenous street-level culture» à laquelle réfère Florida,

^{26.} Le parallélisme entre ces analyses et les théories sociologiques sur l'évolution des comportements culturels des «élites» socioprofessionnelles hautement qualifiées est frappant. Depuis une quinzaine d'années, en effet, de nombreuses enquêtes en sociologie de la culture, issues de contextes nationaux fort différents, contribuent à populariser l'hypothèse avancée par le sociologue américain Richard Peterson (1992) d'un fléchissement des hiérarchies au sein de la stratification sociale des goûts. Insistant sur l'éclectisme culturel dont font preuve les catégories socioprofessionnelles privilégiées, ces enquêtes autorisent à penser qu'au «snobisme intellectuel» (ou au purisme ascétique) des élites culturelles et intellectuelles traditionnelles s'oppose désormais «l'omnivorisme » des nouvelles élites, valorisant l'ouverture à la diversité et une attitude cosmopolite, c'est-à-dire une préférence pour ce qui est conceptuellement éloigné de l'univers culturel ambiant. Voir notamment: «Goûts, pratiques culturelles et inégalités sociales: branchés et exclus / Tastes, cultural practices and social inequalities: In fashion and out», Sociologie et Société, vol. 36, nº 1, printemps, p. 105-126.

constituent autant d'éléments d'ambiance recherchés. On se pose donc à l'encontre des thèses généralement admises sur la déconcentration croissante des agglomérations. De même, on remet en question les stratégies de revitalisation des centres urbains axées sur le tourisme et la consommation de masse. Il s'agirait plutôt de valoriser une esthétique du divers, un patrimoine vernaculaire «authentique» et une certaine marginalité artistico-culturelle.



Au-delà de l'hétérogénéité des approches et des méthodes, parfois des divergences de résultats, les travaux qui explorent les dynamiques spatiales et plus particulièrement territoriales de l'économie créative convergent ainsi pour défendre un certain nombre d'idées fortes. A l'encontre de thèses en vogue, ils mettent en garde contre les analyses trop restrictives de la «ville globale» (Sassen, 1991), en faisant valoir le rôle joué, aussi, par les composantes culturelles des villes et des régions dans la formation des sites stratégiques qui permettent une nouvelle économie mondiale. Ils invitent également à se poser contre les modèles de la déconcentration urbaine (Dear, 2001), en réaffirmant les avantages de la concentration spatiale des activités et, alternativement, les avantages de la ville traditionnelle au tissu social et culturel dense et diversifié. Enfin, s'ils soulignent le poids croissant des industries culturelles et créatives dans les économies urbaines contemporaines, ils laissent entendre que la contribution économique des arts et de la culture se fait aussi de façon plus diffuse et médiée: les diverses manifestations de la culture dans la ville constitueraient en fait ni plus ni moins la trame productive sur laquelle viennent se greffer les hommes et les entreprises faisant commerce d'innovation créative. En somme, lorsque le cadre d'analyse est restreint à celui des industries de la créativité, dans une acception plus ou moins large des termes, la recherche défend une position qui rappelle à plus d'un égard celle de Florida: pour tout un courant d'analyse qui se dessine, la ville constitue le «biotype par excellence », l'« écosystème naturel » d'une (nouvelle) économie culturelle ou créative.

Or, ce constat d'une «écologie de la création/production» territorialisée, et le rôle qu'y jouent les arts, s'accompagne d'un paradoxe lié à la modestie des travaux qui leur sont consacrés. D'une part, on suppose plus qu'on démontre les rencontres heureuses entre arts, technologies et industries. D'autre part, sous l'influence des courants dominants des nouvelles théories économiques de la croissance endogène, l'intérêt des chercheurs pour les mécanismes qui structurent et entraînent l'économie créative a principalement conduit à dégager les aspects géostratégiques de l'activité créative sous forme de réseaux, de districts ou de milieux

créatifs. En revanche, l'articulation de la «ville» et de l'activité créatrice proprement dite a été relativement peu pensée et analysée à partir de l'expérience même de l'espace urbain, dans ses dimensions matérielles et sensibles. De même, les interactions existantes entre le type de capital humain recherché par l'entreprise, d'une part, et l'attractivité des territoires d'accueil, d'autre part, sont le plus souvent envisagées selon une partition nette entre consommation et production, au risque de voir les nouvelles théories de la localisation tourner à la caricature mercantile visant les «créatifs» et autres «bobos». Dans cette relation si complexe à appréhender entre la créativité et les territoires, il n'apparaît pourtant pas inutile d'interroger les «scènes» de l'investissement résidentiel comme un lieu d'expression identitaire et d'expérimentation susceptible de pousser jusqu'à la création²⁷. Nos propres résultats de recherche sur les modalités de l'ancrage spatial d'un espace de production culturelle particulier (en l'occurrence, le jeu vidéo à Montréal) plaident pour une exploration plus systématique des champs d'analyse, qui concilie les approches et dialectise les éléments d'explication (Roy-Valex, 2007, 2008; Charrieras et Roy-Valex, 2008).

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons montré que la théorie de la «montée de la classe créative » de Richard Florida soulève de vives controverses dans les milieux scientifiques, et non sans raison. L'examen du débat met en évidence un certain nombre de questions préalables dont souffrent les prétentions programmatiques de cette théorie, qui associe étroitement la « classe créative » et le développement des territoires. Ainsi, dans la détermination des cibles d'une politique locale ou régionale de compétitivité, il y a d'abord lieu de s'interroger sur le passage effectif, ou même souhaitable, à une «nouvelle économie créative». Face à la diversité des réalités locales qui s'observent et devant les multiples visages de la ville «postfordiste», il ressort à l'évidence que la théorie de la croissance urbaine proposée par Florida ne saurait fonder à elle seule – pas plus qu'une autre - les politiques publiques en matière de développement des territoires. Dans le contexte actuel d'une véritable fétichisation des politiques publiques autour de l'idée de ville créative et des notions apparentées, le truisme vaut assurément la peine d'être rappelé.

^{27.} Dans cette perspective, les efforts de Will Straw pour étayer empiriquement une conceptualisation des scènes culturelles urbaines comme espaces, par essence mal délimités, changeants mais extraordinairement « productifs», sont particulièrement stimulants. STRAW, W. (2004). «Cultural Scenes», Loisir et société/Society and Leisure, vol. 27, nº 2, p. 411-422.

À tort ou à raison, il est néanmoins couramment admis aujourd'hui qu'une ère économique nouvelle émerge, portée par la mondialisation financière et le développement des nouvelles technologies. Selon les logiques de cette «nouvelle économie», le savoir, l'innovation et la créativité seraient la condition majeure du développement des sociétés avancées. Quelle que soit la dimension performative et utopique de ces discours, l'affirmation des industries culturelles ou créatives dans les économies urbaines des pays avancés apparaît incontestable. Dans l'état actuel des connaissances, deux questions apparaissent plus particulièrement cruciales pour la recherche et les politiques publiques urbaines en la matière. La première concerne la délimitation des frontières de cette nouvelle économie culturelle ou créative, de plus en plus diffuse. La seconde, celle qui nous a intéressés ici, tient à la compréhension des liens intersectoriels qui donnent corps à la nébuleuse multisectorielle qu'elle représente.

À cet égard, la contribution principale de ce chapitre repose sur la mise en évidence du caractère distinct et complémentaire de trois grandes voies d'explication à la mise en synergie des activités créatives sur un territoire géographique donné: 1) des effets de milieu; 2) des effets de lieu; 3) des effets de culture. L'intérêt principal de la théorie de la « montée de la classe créative » réside pour nous dans sa tentative de proposer une approche intégratrice, pluridisciplinaire, de ces champs d'analyse. En dépit d'un intérêt accru de la science économique régionale pour les mécanismes qui structurent et entraînent l'économie créative, peu de réflexions et d'études empiriques croisent les « filons théoriques ». Nos propres travaux de recherche portent à croire que des dimensions essentielles à la compréhension d'une « écologie de la création/production » territorialisée, ainsi que du rôle qu'y jouent les arts ont, par conséquent, été négligées.

Si elles offrent des avenues pour poursuivre l'exploration des liens entre industrie et urbanisation et mieux ancrer les théories de l'innovation appliquées aux industries créatives, les pistes de réflexion qu'il est possible de tirer de la théorie du «capital créatif» s'adressent à la fois à la recherche et à l'action publique. Sous l'égide des thèses de Florida, la prise en compte de la culture par les décideurs publics et privés doit minimalement avoir un effet double sur les préoccupations opérationnelles en matière de développement (culturel) territorial. D'une part, l'insistance de Florida à faire de la qualité de vie, notamment dans ses dimensions culturelles, un facteur premier du développement économique force à ne pas considérer les stratégies en matière de compétitivité économique séparément d'autres objectifs territoriaux. Au contraire, nous dit-il, un lien doit être effectué entre culture, aménagement du territoire, développement social et développement économique. La réflexion programmatique conduite par le chercheur, si elle vise, certes, un groupe privilégié, offre ainsi des arguments potentiels

en faveur d'un désenclavement de l'action économique territoriale et urbaine, d'autant plus souhaitable peut-être pour assurer une durabilité sociale et culturelle dans un contexte – réel ou perçu – où pèsent des impératifs croissants de compétitivité et de rendement. Dans cette perspective, la question du système de gouvernance, de l'organisation politico-administrative territoriale la plus adéquate pour réussir au mieux dans cette poursuite d'objectifs combinés est, à tout le moins, soulevée.

D'autre part, l'incitation à opérer un «tournant culturel» dans les plans de développement des villes a comme conséquence logique – pour un bien ou pour un mal – la montée d'une approche de plus en plus volontariste et instrumentalisée de la culture. En contexte de «créativité diffuse», le débat normatif sur la culture et le développement des territoires demande à être poursuivi en ajoutant à l'examen l'identification d'une nouvelle fonction économique de la culture. Or, l'importance accordée à une culture aux effets élargis soulève directement la question de l'évaluation de ses externalités positives sur les économies locales, mettant en jeu la pertinence même des modèles traditionnels d'étude d'impact économique des actions culturelles: dans tous les cas, l'analyse des «retombées» économiques de la culture ne saurait se cantonner à une approche sectorielle ni s'en tenir à la construction d'une image attractive des territoires.

D'un autre côté, les problématiques qui s'affirment soulignent l'intérêt d'exploiter et de valoriser la ressource territoriale (patrimoniale) héritée, en lieu et place de stratégies spectaculaires de rénovation urbaine par la culture. Elles entérinent également la pertinence d'une lecture de la ville en termes de «scène» ou «d'ambiance» urbaines, qui prête attention aux récits (micro et macro, historiques et contemporains, localisés et délocalisés) qui les fondent. Elles justifient ainsi le développement de nouvelles approches en matière de planification urbaine, plus fluides, qui prennent en compte des processus «bottom up» pour fonder les initiatives en matière culturelle ou artistique, bien que le problème de la planification d'espaces alternatifs, déviants ou marginaux, demeure entier.

En somme, si l'on accepte de sortir d'un débat étroit sur une théorie du développement urbain à l'évidence par trop euphorique, la discussion des thèses du «capital créatif» aura été l'occasion de soulever des questions réelles et substantielles pour la recherche urbaine et en matière de politiques publiques. Dans l'état actuel de la recherche, on ne peut que conclure à la nécessité de poursuivre les travaux sur les liens entre arts, territoires et «nouvelle économie», en concentrant notamment l'attention sur des secteurs d'activité et des catégories de travailleurs mieux spécifiés et en privilégiant l'analyse de situations concrètes dans des sites urbains particuliers.

Références

- ASHEIM, B.T., L. COENEN, J. MOODYSSON et J. VANG (2007). «Constructing knowledge-based regional advantage: Implications for regional Innovation policy», *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, vol. 7, p. 140-155.
- AUTHIER, J.-Y. et C. BIDOU-ZACHARIASEN (2008). «Éditorial. La question de la gentrification urbaine», Espaces et Sociétés, vol. 132-133, n°s 1-2, p. 13-22.
- BAYLISS, D. (2007). «The rise of the creative city: Culture and creativity in Copenhagen», European Planning Studies, vol. 15, no 7, p. 889-903.
- BECKER, H. (1988). Les Mondes de l'art, Paris, Flammarion.
- BELL, D. (1973). Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting, New York, Basic Books.
- BERGER, S. (2006). Made in Monde. Les nouvelles frontières de l'économie mondiale, Paris, Le Seuil.
- BIANCHINI, F. et M. PARKINSON (1993). *Cultural Policy and Urban Regeneration. The West European Experience*, Manchester, University Press.
- BOLTANSKI, L. et E. CHIAPELLO (1999). Le nouvel esprit du capitalisme, Paris, Gallimard.
- BOURDIN, A. (2008). «Gentrification: un "concept" à déconstruire », Espaces et Sociétés, vol. 132-133, n°s 1-2, p. 23-37.
- BRACZYCK, H.-J., G. FUCHS et H.-G. WOLF (1999). «Conclusion: Diversity and uniformity in the development of multimedia production», dans: H.-J. Bracyk, G. Fuchs et H.-G. Wolf (dir.), *Multimedia and Regional Economic Restructuring*, Routledge, Londres, p. 97-130.
- BRADFORD, N. (2004). *Creative Cities: Structured Policy Dialogue Report*, Ottawa, Canadian Policy Research Networks Inc.
- BROOKS, D. (2000). *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*, New York, Simon and Schuster.
- CENTURY, M. (1999). « Pathways to Innovation », dans M. Century, *Digital Culture*, rapport préparé pour le Rockefeller Foundation, Arts and Humanities section, New York.
- CHARRIERAS, D. et M. ROY-VALEX (2008). «Video game culture as popular culture? The productive leisure of video game workers of Montreal», Communication avec texte, *Communicating for Social Impact*, Congrès de l'International Communication Association (ICA), Montréal, 22 au 26 mai.
- CHRISTOPHERSON, S. (2002). «Project work in context: Regulatory change and the new geography of media», *Environment and Planning A*, vol. 34, p. 2003-2015.
- CHRISTOPHERSON, S. (2004). «The divergent worlds of new media: How policy shapes Work in the creative economy», *Review of Policy Research*, vol. 21, nº 4, p. 543-558.
- CITF CREATIVE INDUSTRIES TASK FORCE (2001). *Creative Industries Exports: Our Hidden Potential*, Londres, CIEPAG, Department for culture, media and sport.

- CLARK, T.N., R. LLOYD, K.K. WONG et P. JAIN (2002). «Amenities drive urban growth», *Journal of Urban Affairs*, vol. 24, no 5, p. 493-515.
- CNUCED (2008). Rapport sur l'économie créative : Le défi de l'évaluation de l'économie créative et de l'élaboration de politiques responsables, consulté le 8 juin 2008 au <www.unctad.org/fr/docs/ditc20082ceroverview_fr.pdf>.
- COHENDET, P. et L. SIMON (2007). «Playing accross the playground: Paradoxes of knowledge creation in the video-game firm», *Journal of Organizational Behavior*, nº 28, p. 587-605.
- CORIAT, B. (1989). «Le débat théorique sur la désindustrialisation: arguments, enjeux et perspectives », Économie appliquée, nº 4.
- CORSANI, A. (2000). «Éléments d'une rupture. L'hypothèse du capitalisme cognitif», dans Ch. Azaïs, A. Corsani et P. Dieuaide (dir.), *Vers un capitalisme cognitif. Mutations du travail et territoire*, Paris, L'Harmattan.
- CRANG, P. (2001). «La géographie de la culture de consommation», *Géographie et cultures*, n° 39, p. 98-107.
- CREVOISIER, L. et O. KEBIR (2007). «Les ressources culturelles entre réseaux internationaux et développement local», *Working paper*, consulté le 5 juin 2008 au <www2.unine.ch/webdav/site/socio/shared/documents/publications/workingpapers/wp_2007_06_f.pdf>.
- CULTURELINK (2001). «Convergence, creative industries and civil society», *The New Cultural Policy*, Special Issue.
- DEAR, M.J. (dir.) (2001). From Chicago to L.A. Making Sense of Urban Theory, Thousand Oaks, Sage Publications.
- DRAKE, G. (2003). «This place gives me space: Place and creativity in the creative industries», *Geoforum*, vol. 34, p. 511-524.
- EKYNSMITH, C. (2002). «Project organization, embeddedness, and risk in magazine publishing», *Regional Studies*, vol. 36, nº 3, p. 229-243.
- FEATHERSTONE, M. (1991). Consumer Culture and Postmodernism, Londres, Sage.
- FLORIDA, R. (2000). *Competing in the Age of Talent: Environment, Amenities and the New Economy*, Rapport préparé pour R.K. Mellon Foundation, Heinz Endowments et Sustainable, Pittsburgh, Carnegie Mellon University.
- FLORIDA, R. (2001). «The geography of Bohemia», *Working Paper*, janvier, consulté le 10 octobre 2005, <www.heinz.cmu.edu/~florida/pages/pub/working_papers/geography.pdf>.
- FLORIDA, R. (2002). The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, New York, Basic Books.
- FLORIDA, R. (2004). «Revenge of the squelchers», *The Next American City*, juillet, consulté le 10 octobre 2005 au <www.americancity.org/article.php?id_article=39>, dans sa version française: <www.creativeclass.org/acrobat/Squelchers_document_french.doc>.
- FLORIDA, R. (2005a). The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent, New York, Harper Business.
- FLORIDA, R. (2005b). Cities and the Creative Class, New York, Londres, Routledge.

- FLORIDA, R. et M. GERTLER (2003). «Cities: Talent's critical mass», *Globe and Mail*, 3 janvier.
- FRIDMAN V. et M. OLLIVIER (dir.) (2004). «Goûts, pratiques culturelles et inégalités sociales: branchés et exclus / Tastes, Cultural Practices and Social Inequalities: In Fashion and Out», Sociologie et Société, vol. 36, nº 1, p. 105-126.
- GERMAIN, A. (1986). «Sociologie du retour à la ville», Continuité, nº 22, p. 35-37.
- GERTLER, M.S. (2001). «Urban economy and society in Canada: Flows of people, capital and ideas», *The Canadian Journal of Policy Research*, vol. 2, n° 3, automne, p. 119-130, consulté dans sa traduction française le 20 octobre 2004 au <www.isuma.net/v02n03/gertler/gertler_f.pdf>.
- GIBSON, C. (2003). «Cultures at work: why "culture" matters in research on the "cultural" industries», *Social & Cultural Geography*, vol. 4, no 2, p. 201-215.
- GIBSON, C., P. MURPHY et R. FREESTONE (2002). «Employment and Socio-spatial Relations in Australia's Cultural Economy», *Australian Geographer*, vol. 33, n° 2, p. 173-189.
- GLAESER, E. (2004). «Book Review of Richard Florida's *The Rise of the Creative Class*», Boston, Harvard Institute of Economic Research, consulté le 10 octobre 2005 au <creativeclass.com/rfcgdb/articles/GlaeserReview.pdf>.
- GLAESER, E., J. KOLKO et A. SAIZ (2001). «Consumer city», *Journal of Economic Geography*, vol. 1, p. 27-50.
- GRABHER, G. (2001). «Ecology of creativity: The village, the group, and the heterarchic organization of the British advertising industry», *Environment and Planning A*, vol. 33, p. 351-374.
- GRABHER, G. (2002a). «Cool projects, boring institutions: Temporary collaboration in social context», *Regional Studies*, vol. 36, no 3, p. 205-214.
- GRABHER, G. (2002b). «Guest editorial. Fragile sector, robust practice: project ecologies in new media», *Environment and Planning A*, vol. 34, p. 1911-1926.
- GRAFMEYER, Y. (2006). Sociologie urbaine, Paris, Armand Colin.
- GRANOVETTER, M. (1973). «The strength of weak ties», American Journal of Sociology, vol. 78, nº 6, p. 1360-1380.
- GRAVARI-BARBAS, M. et P. VIOLIER (dir.) (2003). *Lieux de culture, culture des lieux: production(s) culturelle(s) locale(s) et émergence des lieux: dynamiques, acteurs, enjeux,* Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- GREFFE, X. (2008). «Territoires et culture: vers les districts culturels », Conférence d'ouverture présentée au colloque Arts et territoires: vers une nouvelle économie culturelle?, 76° Congrès de l'ACFAS, Québec, 6 au 8 mai.
- GREFFE, X. et S. PFLIEGER (2005). La culture et le développement local, Genève, Éditions de l'OCDE.
- GUMUCHIAN, H. et B. PECQUEUR (dir.) (2007). La ressource territoriale, Paris, Economica.
- HALL, P. (1998). Cities in Civilization: Culture, Innovation and Urban Order, Londres, Weidenfeld & Nicolson ed.

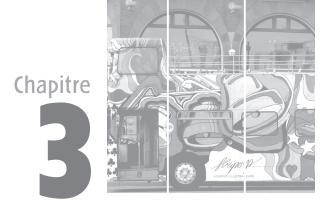
- HANSEN, H.K., J. VAN et B. ASHEIM (2005). «The creative class and regional growth: Towards knowledge based approach», *Working paper* n° 15. Communication présentée à la Regional Growth Agenda' conference, Regional Studies Association, Aalborg, Denmark, 28-31 mai 2005, consulté au <65.19.180.219/UploadedPublications/200515_Hansen&Vang&Asheim.pdf>.
- HEALY, K. (2002). «What's new for culture in the new economy?», *The Journal of Art, Management and Law*, vol. 32, no 2, p. 86-103.
- HELBRECHT, I. (1998). «The creative metropolis: Services, symbols and space», *International Journal of Architectural Theory*, vol. 3, consulté le 21 mars 2005 au <www.theo.tu-cottbus.de/wolke/X-positionen/Helbrecht/helbrecht.html>.
- HELBRECHT, I. (2004). «Bare geographies in knowledge societies Creative cities as text and piece of art: Two eyes, one vision», *Built Environment*, vol. 30, nº 3, p. 194-203.
- HESMONDHALGH, D. (2007). The Cultural Industries, 2e éd., Londres, Sage.
- HOUSTON, D., A. FINDLAY, R. HARRISON et C. MASON (2008). «Will attracting the "creative class" boost economic growth in old industrial regions? A case study of Scotland », *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, vol. 90, no 2, p. 133-149.
- HOWKINS, J. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Londres, Allen Lane.
- HUTTON, T.A. (2000). «Reconstructed production landscapes in the postmodern city: Applied design and creative services in the metropolitan core», *Urban Geography*, vol. 21, nº 4, p. 285-317.
- HUTTON, T.A. (2004). «The new economy of the inner city», *Cities*, vol. 21, n° 2, p. 89-108.
- HUTTON, T.A. (2006). «Spatiality, built form, and creative industry development in the inner city, *Environment and Planning A*, vol. 38, p. 1819-1841.
- JACOBS, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*, New York, Random House.
- JACOBS, J. (1969). The Economy of Cities, New York, Random House.
- JENNINGS, P. (2000). *New Media Arts, New Funding Models*, Rapport préparé pour Creativity and Culture, The Rockefeller Foundation, New York.
- LANDRY, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, Londres, Earthscan Publication Ltd.
- LANDRY, C. (2006). The Art of City Making, Trowbridge, Crowell Press.
- LANG, R. et R. FLORIDA (2005). «Review roundtable: Cities and the creative class/discussion/response», *Journal of the American Planning Association*, vol. 71, n° 2, p. 203-220.
- LASH, S. et C. LURY (2007). Global Cultural Industry: The Mediation of Things, Cambridge, Polity Press.
- LASH, S. et J. URRY (1994). Economies of Signs and Space, Londres, Sage.
- LE BOSSÉ, M. (1999). «Les questions d'identité en géographie culturelle. Quelques aperçus contemporains», *Géographie et Cultures*, n° 31, p. 115-126.

- LEADBETTER, C. (2000). Living on Thin Air, Londres, Penguin.
- LEE, C.-M., W.F. MILLER, M.G. HANCOCK et H.S ROWEN (2000). *The Silicon Valley Edge: A Habitat for Innovation and Entrepreneurship*, Standford, Standford University Press.
- LEFEBVRE, A. (2008). «L'économie culturelle au risque de l'économie de la création», dans F. LERICHE, S. DAVIET, M. SIBERTIN-BLANC et J.-M. ZULIANI (dir.), L'Économie culturelle et ses territoires, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, p. 345-354.
- LETHIAIS, V., A. RALLET et J. VICENTE (2003). «TIC et réorganisation spatiale des activités économiques: introduction», *Géographie*, *Économie*, *Société*, vol. 5, n° 3-4.
- LEVINE, M. (2004). «La classe créative et la prospérité urbaine: mythes et réalités », document de la conférence présentée le 20 mai 2004 à Montréal, Réseau VRM, INRS-UCS, 33 p., consulté le 10 octobre 2005 au <www.vrm.ca/documents/Classe_Cre.pdf>.
- LEY, D. (1996). The New Middle Class and the Remaking of the Central City, Oxford University Press.
- LLOYD, R. (2002). «Neo-bohemia: Art and neighbourhood redevelopment in Chicago», *Journal of Urban Affairs*, vol. 24, no 5, p. 517-532.
- LUCAS, R. Jr. (1988). «On the mechanics of economic development», *Journal of Monetary Economics*, vol. 22, no 1, p. 3-42.
- MANZAGOL, C. et al. (1999). «Le multimédia à Montréal: le high-tech à la rescousse des espaces fatigués», <www3.sympatico.ca/eranlo.rob/multimedia2.pdf>.
- MARKUSEN, A. (2004). «Targeting occupations in regional and community economic development», *Journal of the American Planning Association*, vol. 70, n° 3, p. 253-268.
- MARKUSEN, A. (2006). «Urban development and the politics of a creative class: Evidence from the study of artists», *Environment and Planning A*, vol. 38, nº 10, p. 1921-1940.
- MCCANN, E.J. (2004). «"Best places": Inter-urban competition, quality of life, and popular media discourse », *Urban Studies*, vol. 41, nº 10, p. 1909-1929.
- MENGER, P.-M. (1993). «L'hégémonie parisienne: économie et politique de la gravitation artistique», *Économies, Sociétés, Civilisations*, vol. 6, p. 1565-1600.
- MENGER, P.-M. (2002). Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphose du capitalisme, Paris, Le Seuil.
- MILLIGAN, M. (2003). «The Individual and City Life: A Commentary on Richard Florida's "Cities and the Creative Class"», City and Community, vol. 2, p. 21-26.
- MIOTTI, L. et F. SACHWALD (2006). Commerce mondial: le retour de la « vieille économie » ?, Paris, Études de l'Ifri.
- MITCHELL, W.-J., A.-S. INOUYE et M.S. BLUMENTHAL (2003). *Beyond Productivity: Information Technology, Innovation, and Creativity,* Washington, National Academic Press.

- NICOLAS-LE STRAT, P. (1998). Une sociologie du travail artistique. Artistes et créativité diffuse, Paris, L'Harmattan.
- NYLUND, K. (2001). «Cultural analyses in urban theory of the 1990s», *Acta Sociologica*, vol. 44, nº 3, p. 219-230.
- O'CONNOR, J. (1999). «Popular culture, reflexivity and urban change», dans J. Verwijnen et P. Lehtovuori (dir.), *Creative Cities. Cultural Industries, Urban Development and the Information Society*, Helsinki, University of Art and Design Publishing, p. 76-101.
- O'CONNOR, J. (2007). The Cultural and Creative Industries: A Review of the Literature, Rapport préparé pour Creative Partnerships, School of Performance and Cultural industries, The University of Leeds, consulté le 5 juin 2008 au <www.creative-partnerships.com/CP_LitRev4.pdf>.
- OAKLEY, K. (2004). Developing the Evidence Base for Support of Cultural and Creative Activities in South East England, SEEDA.
- OCDE (1996). L'économie fondée sur le savoir, Paris, OCDE.
- PECK, J. (2005). «Struggling with the creative class», *International Journal of Urban and Rural Research*, vol. 29, nº 4, p. 740-770.
- PETERSON, R.A. et A. SIMKUS (1992). «How musical tastes mark occupational status groups», dans M. Lamont et M. Fournier (dir.), *Cultivating Differences*. *Symbolic Boundaries and the making of Inequality*, Chicago, University of Chicago Press.
- PRATT, A. (2000). «New media, the new economy and new spaces», *Geoforum*, vol. 31, nº 4, p. 425-436.
- PRATT, A. (2002). «New economy: A cool look and the hot economy», document de travail, London School of Economics.
- PRATT, A.C. (1997). «The cultural industries production system: A case study of employment change in Britain, 1984–91», *Environment and Planning A*, vol. 29, n° 11, p. 1953-1974.
- REICH, R. (2001). The Futures of Success: Working and Living in the New Economy, New York, Vintage.
- RIFKIN, J. (2000). L'âge de l'accès: survivre à l'hypercapitalisme, traduit de l'américain par Marc Saint-Exupéry, Montréal et Paris, Boréal et La Découverte.
- ROUSSEAU, M. (2008). «"Bringing politics back in": la gentrification comme politique de développement urbain? Autour des "villes perdantes" », Espaces et Sociétés, nos 132-133, p. 75-90.
- ROY-VALEX, M. (2007). «Les territoires de la nouvelle économie: quelle place et quel rôle pour les arts?», Communication avec texte présentée lors du Colloque «Des acteurs qui façonnent le territoire», VRM, Montréal, 17-18 mai, disponible au <www.vrm.ca/documents/Releve4_Roy-ValexMyrtille.pdf>.
- ROY-VALEX, M. (2008). «"Classe créative" et marché du travail. L'industrie du jeu vidéo à Montréal», dans F. Leriche, S. Daviet, M. Sibertin-Blanc et J.-M. Zuliani (dir.), L'Économie culturelle et ses territoires, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, p. 203-216.

- SASSEN, S. (1991). *The Global City: New York Londres Tokyo*, Princeton, Princeton University Press.
- SASSEN, S. (1994). Cities in a World Economy, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- SCOTT, A.J. (1997). «The cultural economy of cities», *International Journal of Urban Research*, vol. 21, n° 2, p. 323-339.
- SCOTT, A.J. (2000). The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image-producing Industries, Thousand Oaks, Sage.
- SCOTT, A.J. (2004). «Cultural-products industries and urban economic development Prospects for growth and market contestation in global context», *Urban Affairs Review*, vol. 39, nº 4, p. 461-490.
- SCOTT, A.J. (2006a). «Creative cities: Conceptual issues and policy questions», *Journal of Urban Affairs*, vol. 28, nº 1, p. 1-17.
- SCOTT, A.J. (2006b). «Entrepreneurship, innovation and industrial development. Geography and the creative field revisited», *Small Business Economics*, vol. 26, nº 5, p. 1-24.
- SCOTT, A.J. (2007). «Capitalism and urbanization in a new key? The cognitive-cultural dimension», *Social Forces*, vol. 85, nº 4, p. 1465-1482.
- SHEARMUR, R. (2006). «L'aristocratie du savoir et son tapis rouge. Quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida», dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie : enjeux et défis*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 285-303.
- SILVER, D., T.N. CLARK et L. ROTHFIELD (2006). «A Theory of Scenes», Communication présentée à la Urban Affairs Association, 36th Annual Meeting, Montréal, 20 avril.
- STOLARICK, K. et R. FLORIDA (2006). «Creativity, connections and innovation: A study of linkages in the Montreal Region», *Environment and Planning A*, vol. 38, no 10, p. 1799-1817.
- STORPER, M. (1997). *The Regional World. Territorial Development in a Global Economy*, New York, The Guilford Press.
- STRAW, W. (2004). «Cultural Scenes», Loisir et société / Society and Leisure, vol. 27, nº 2, p. 411-422.
- SUIRE, R. (2004). «Des réseaux de l'entrepreneur aux ressorts du créatif: quelles stratégies pour les territoires?», *Revue internationale PME*, vol. 17, nº 2, consulté le 20 octobre 2004 au <www.perso.univ-rennes1.fr/raphael.suire/creativite_RIPME.pdf>.
- SUIRE, R. (2007). «Creative cluster and relational proximity», Canadian Journal of Regional Science, vol. 28, n° 3, p. 124-138.
- THROSBY, D. (2001). *Economics and culture*, Cambridge, Cambridge University Press.
- VERWIJNEN, J. et P. LEHTOVUORI (dir.) (1999). *Creative Cities. Cultural Industries, Urban Development and the Information Society*, Helsinki, University of Art and Design Publishing.
- VORLEY, T., O. MOULD et L.H. SMITH (2008). «Editorial», Geography, vol. 90, nº 2.

- WALTER, I. (1956). Location and Space-economy; a General Theory Relating to Industrial Location, Market Areas, Land Use, Trade, and Urban Structure, Cambridge, Technology Press of Massachusetts Institute of Technology et Wiley.
- WOJAN, T.R., D.M. LAMBERT et D.A. McGRANAHAN (2007). «Emoting with their feet: Bohemian attraction to creative milieu», *Journal of Economic Geography*, vol. 7, nº 6, p. 711-736.
- ZUKIN, S. (1982). Loft living, Baltimore, Johns Hopkins University Press.



La « classe créative » et la prospérité urbaine Mythes et réalités

Marc V. Levine

Rares sont les théories du développement urbain à avoir eu autant d'influence ces dernières années que celle de la «montée de la classe créative» de Richard Florida. Popularisée dans l'ouvrage bien connu de Florida intitulé *The Rise of the Creative Class* (publié en 2002), et promue sans relâche par la litanie ininterrompue de ses conférences et consultations, cette théorie propose que la vitalité économique des villes dépende de leur capacité à attirer et à entretenir une nouvelle classe d'écrivains, d'artistes, d'architectes et de programmeurs (pour ne citer que quelques occupations dites «créatives» par Florida). Cette thèse a gagné l'approbation, à une vitesse fulgurante, des professionnels du développement économique et des dirigeants municipaux d'Amérique du Nord. Voici quelques exemples.

- La ville de Baltimore a lancé une initiative au début de mai 2004 appelée « *Creative Baltimore* », conçue pour « promouvoir Baltimore auprès de la classe créative: étudiants, artistes, parents esseulés, entrepreneurs et jeunes professionnels ».
- À Memphis, un plan de développement local, rédigé avec l'aide des experts-conseils du «Groupe de créativité Richard Florida», a recommandé une stratégie d'investissement dans des installations urbaines comme des pistes de cyclisme, des clubs de nuit et des loisirs sur les berges du fleuve, ce qui, d'après Florida, attirera les membres de la classe créative vers la ville de Memphis.
- Au Michigan, toujours d'après les avis experts de l'omniprésent M. Florida, la gouverneure Jennifer Granholm a lancé une initiative dite des «cool cities» («villes branchées»). Elle a demandé aux maires de 200 villes du Michigan de proposer des idées pour encourager un environnement «à la page» et «branché» qui, selon les théories de Florida, attire la classe créative.

De nombreuses autres villes – Albuquerque, Milwaukee, Cincinnati, Syracuse – ont organisé des sommets et ont retenu les services de «Richard Florida, Inc.» pour les aider à assurer la croissance de la «très importante» classe créative dans leur collectivité. Et ce phénomène ne se limite pas aux États-Unis. En effet, le ministère ontarien de l'Entreprise, des Débouchés et de l'Innovation a commandé un rapport (de Florida et ses collaborateurs) sur la façon dont les villes ontariennes peuvent «concurrencer en matière de créativité ». À Montréal, le plan de développement économique récent de la ville, intitulé Montréal, ville de savoir, est truffé de références à M. Florida et au supposé lien entre l'importance en nombre de la classe créative et la vitalité économique locale. Enfin, à Winnipeg, le maire Glen Murray est devenu un partisan enthousiaste de la thèse de la classe créative: «Ce qui tue une ville, a-t-il déclaré, ce sont les gens... qui ne veulent parler que de... tuyaux, de voirie et de services policiers.» Il n'est donc pas étonnant que la prestigieuse revue The Harvard Business Review ait qualifié la thèse de la «classe créative» de «percée dans le domaine des idées du monde des affaires » pour 2004.

Bref, la propagation de la théorie de la classe créative de Florida parmi les technocrates du développement économique est, en vérité, remarquable. Cette conquête intellectuelle est d'autant plus étonnante si l'on considère les deux faits suivants. Tout d'abord, une grande partie de ce que Florida écrit au sujet de l'importance croissante des emplois de la classe dite «créative» dans la structure professionnelle nord-américaine n'a rien d'original et a d'ailleurs été avancé par des auteurs comme Peter

Drucker, Robert Reich et David Brooks. Deuxièmement, et ce qui est plus important, il n'existe pas l'ombre d'une donnée empirique pour étayer aucune des hypothèses centrales de la théorie de la classe créative relativement au développement économique urbain. Il n'existe pas de rapport entre la taille de la classe créative et la vitalité économique. De plus, les autres célèbres assertions de Florida – à savoir que les villes comportant un grand nombre de «bohèmes» et une forte population gaie sont gagnantes sur le plan économique, et que les villes prospères sont des villes «branchées» avec des cafés et des clubs de nuit à la mode attirant la classe créative – ne sont étayées par aucune preuve. En fait, comme la majorité des résidents de la plupart des métropoles nord-américaines, les personnes occupant des emplois dits «créatifs» ont plutôt tendance à vivre dans les banlieues, fait qui nous porte à croire que les stratégies pour attirer la classe créative dans les régions métropolitaines ne servira pas à grand-chose pour revitaliser les villes centrales.

Je présenterai mon exposé d'aujourd'hui en trois parties. En premier, j'examinerai brièvement les principaux éléments de la thèse de la classe créative et mettrai en lumière ses lacunes méthodologiques et conceptuelles. Deuxièmement, je présenterai des preuves empiriques relativement à certaines des principales assertions de Florida sur le rapport entre la classe créative et la prospérité économique urbaine. Troisièmement, j'examinerai brièvement certaines des implications de ces conclusions en matière de politique. Malheureusement, la thèse de la classe créative n'est qu'une autre mode ridicule chez les universitaires. C'est une démarche qui, par son influence sur les technocrates du développement économique et les dirigeants municipaux, menace de dilapider des ressources précieuses au profit d'efforts futiles pour «concurrencer en matière de créativité». C'est une sirène qui distrait notre attention des véritables problèmes des villes nord-américaines: l'étalement urbain et la polarisation régionale, les désinvestissements des grandes sociétés dans les villes-centrales, la crise fiscale perpétuelle des villes-centrales et la détérioration des infrastructures municipales (y compris le capital social et humain).

Démystifier la thèse de la classe créative

Bien qu'il soit souvent difficile de ramener les arguments de Richard Florida à un ensemble d'hypothèses vérifiables – en raison surtout de la brume des philosophies populaires «nouvel-âgistes» qui enveloppe *The Rise of the Creative Class* et plusieurs des articles qui ont suivi –, la thèse de la classe créative semble reposer sur trois assertions principales.

Tout d'abord, selon Florida, une nouvelle classe domine la nouvelle économie, la classe dite «créative». Selon la définition de Florida, «la classe créative est caractérisée par le travail de ses membres, qui consiste à créer de nouvelles formes éloquentes. Cette classe réunit 38,3 millions de travailleurs, soit environ 30 % de la main-d'œuvre. Le noyau de cette nouvelle classe est composé de scientifiques, d'ingénieurs, de professeurs d'université, de romanciers, d'artistes, de gens de l'industrie du spectacle, d'acteurs, de designers et d'architectes, ainsi que de grands penseurs de la société contemporaine... La classe créative inclut aussi les «professionnels de la créativité» œuvrant dans une foule de secteurs à forte intensité de savoir tels la haute technologie, les services financiers, le droit, la santé et la gestion commerciale.

La «découverte» par Florida de l'importance croissante de ces occupations dans la vie économique à la fin du xxe siècle n'est pas originale. Peter Drucker, le gourou de la gestion bien connu, écrivait sur la montée des «travailleurs de la connaissance» dès les années 1970. David Brooks, dans son ouvrage provocateur Bobos in Paradise publié en 2000, signalait la «montée d'une classe éduquée» au premier plan de la vie américaine et, en des termes souvent satiriques, décrivait le mode de vie de ce qu'il appelait les «bohémiens bourgeois». Et la classe créative de Florida ressemble étrangement à une version réchauffée des «analystes symboliques» identifiés dans le livre de Robert Reich publié en 1991 et intitulé *The Work* of Nations: Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism (aussi curieux que cela puisse paraître, aucune référence à l'ouvrage de M. Reich ne figure dans The Rise of the Creative Class). Dans l'étude de Reich, les analystes symboliques sont des travailleurs qui «résolvent, identifient et règlent les problèmes en manipulant des symboles ». Cette « manipulation des symboles » peut supposer la conception de nouveaux modèles financiers, la conception de nouveaux logiciels, la création artistique nouvelle ou le divertissement des foules. Reich fait ensuite le recensement des emplois des analystes symboliques: auteurs et rédacteurs, professeurs, ingénieurs, architectes, etc., bref, à peu près les mêmes qui figureront onze ans plus tard sous la rubrique de la «classe créative» de Florida.

M. Reich, par contre, est considérablement plus prudent dans son recensement de la nouvelle classe. Par exemple, Florida regroupe indifféremment tous les avocats et programmeurs dans la «classe créative». Or, comme le souligne Reich, il arrive que des programmeurs doivent exécuter simplement un travail de codage répétitif et que certains avocats passent leur vie entière à faire des choses que les gens ordinaires trouveraient insupportables tellement elles sont monotones – produire les mêmes vieux testaments, contrats et divorces, jour après jour, en changeant seulement

les noms («J'ai même entendu parler de professeurs d'université, confie Reich, qui donnent les mêmes cours depuis trente ans, longtemps après que leur cerveau s'est atrophié, mais je ne crois pas ces histoires.»).

Dans l'analyse de Reich, ces travailleurs ne sont pas des «analystes symboliques» mais, d'après Florida, toutes ces personnes seraient désignées indifféremment comme des membres de la «classe créative». Nous touchons ici à la lacune fondamentale des travaux de Florida: sa définition de la «classe créative» est tellement vaste et gonflée qu'elle perd sa signification sur le plan de l'analyse. Son livre est, en gros, une ode au pouvoir de la créativité, mais Florida n'étaye par aucune preuve le contenu créatif des postes qu'il dit appartenir à la «classe créative». De plus, il définit la «classe créative» d'une façon tellement large que, en fin de compte, il n'existe pas beaucoup de différences entre les villes et les régions qui sont censées être des serres chaudes de la «classe créative» et celles qui ne le sont pas; en fait, presque toutes les grandes villes et régions possèdent une «masse critique» de la classe créative. Par exemple, le tableau 3.1, adapté du livre de Florida, The Rise of the Creative Class, indique le pourcentage que représentent, par rapport à la main-d'œuvre totale, les professions de la classe dite créative dans les grandes régions métropolitaines américaines. Comme le tableau l'indique, la fourchette de la part de l'emploi occupée par la «classe créative» est plutôt mince. En effet, un écart de moins de neuf points de pourcentage sépare une région à «forte densité de la classe créative » (Denver, au 8e rang) d'une région à «faible

Tableau 3.1

Proportion de l'emploi régional que représente la « classe créative » dans les grandes métropoles américaines

Région	Emplois de la classe créative	Nombre total d'emplois	Part de la classe créative
Washington (D.C.)	1 458 580	3 803 260	38,3 %
Denver	451 070	1 365 970	33,0 %
Houston	691 600	2 126 520	32,5 %
Los Angeles	1 984 700	6 462 960	30,7 %
Portland (OR)	314 240	1 069 950	29,4%
Cincinnati	277 600	444 750	27,7%
Grand Rapids (MI)	137 160	563 980	24,3 %
	Washington (D.C.) Denver Houston Los Angeles Portland (OR) Cincinnati	Régionla classe créativeWashington (D.C.)1 458 580Denver451 070Houston691 600Los Angeles1 984 700Portland (OR)314 240Cincinnati277 600	Région la classe créative total d'emplois Washington (D.C.) 1 458 580 3 803 260 Denver 451 070 1 365 970 Houston 691 600 2 126 520 Los Angeles 1 984 700 6 462 960 Portland (OR) 314 240 1 069 950 Cincinnati 277 600 444 750

densité de la classe créative (Grand Rapids, au 48° rang). Un écart de seulement trois points (ou, si vous voulez, 30 000 avocats!) sépare Houston (10° rang) de Portland (30° rang).

En d'autres termes, indépendamment de la question de savoir si Florida a défini de façon appropriée ce qu'il appelle la «classe créative», son assertion concernant la «montée» de cette catégorie¹ de travailleurs est a) dépourvue d'originalité, empruntée et manque de rigueur sur le plan conceptuel; de plus b) cette assertion ne fait pas une grosse distinction entre les structures professionnelles de la plupart des régions métropolitaines et des villes.

La deuxième grande thèse de Florida veut que la classe créative soit le «moteur du succès économique des villes et des régions». Contrairement à David Brooks qui tourne en dérision le souci de soi-même et les habitudes de consommation ostentatoires de ceux qu'il nomme les «bobos» (bohémiens bourgeois), et contrairement à Robert Reich qui met en garde contre le «sécessionnisme» et l'intérêt personnel étroit des «analystes symboliques» qui menacent de polariser les régions métropolitaines, Florida affirme que «l'avenir économique même des villes dépend de cette nouvelle classe». Pour citer Florida, «mes travaux de recherche me portent à croire que nous sommes témoins d'une des plus grandes migrations de l'histoire humaine», faisant fi apparemment, et comme il lui est commode de le faire, des 20 millions d'immigrants étrangers qui sont arrivés aux États-Unis entre 1900 et 1920, les 20 millions d'immigrants qui sont arrivés entre 1980 et 2000, ou de la migration de cinq millions de Noirs du Sud entre 1940 et 1970, qui a transformé de façon radicale la nature de l'Amérique urbaine. «Le seul moyen, selon Florida, de rendre aux économies [urbaines et régionales] leur caractère concurrentiel consiste à agir sur les conditions sous-jacentes qui motivent [la classe créative] à choisir ces endroits.»

Dans un instant, je présenterai des données sur la question de savoir s'il existe, en fait, un lien entre la taille de la classe créative d'une ville ou d'une région et sa performance économique. Il importe ici de faire remarquer deux erreurs méthodologiques capitales dans la façon dont Florida aborde la question. Tout d'abord, comme je l'ai déjà indiqué, il emploie un système de classement des régions créatives qui – bien que séduisant pour les médias et les professionnels du développement économique – est trompeur et déficient sur le plan de la méthodologie. Comme

^{1.} Je ne m'étendrai pas ici, faute de temps, sur l'emploi que fait M. Florida du concept de «classe» qui, au mieux, est assez cavalier, comme en conviendraient les sociologues sérieux. Je me contenterai de dire qu'il est bien légitime de se demander si la classe créative de M. Florida est vraiment une classe et si elle est véritablement créative.

le faisait remarquer récemment Austan Goolsbee, économiste de l'Université de Chicago, dans la plupart des systèmes de classement, les différences de classement des divers éléments sont sans signification sur le plan statistique, et une variante minime entraînera des changements importants (plus particulièrement lorsque la plupart des éléments classés se retrouvent près du milieu). Comme nous l'avons vu, c'est exactement le cas du classement des régions créatives par Florida: 34 des 49 régions métropolitaines les plus grandes aux États-Unis se retrouvent à au plus cinq points de pourcentage l'une de l'autre quand elles sont classées selon la part de tous les travailleurs que représente la classe créative. L'écart entre les régions est trop mince pour que le système de classement de Florida ait quelque valeur analytique que ce soit.

Deuxièmement, Florida néglige de définir avec soin, précision et consistance les unités géographiques dont il essaie, par sa thèse de la classe créative, d'expliquer la bonne fortune économique. Bien qu'il parle indifféremment de «villes» et de «régions» dans son livre et ses articles, la thèse de la classe créative est présentée surtout comme une théorie qui explique pourquoi certaines villes sont gagnantes, alors que d'autres ne le sont pas. De longs passages de *The Rise of the Creative Class* sont consacrés à la question de savoir pourquoi la classe créative est attirée dans certaines villes. Dans un article largement diffusé, Florida présente un «classement de la créativité » pour les *villes* et, dans son site Web, il invite les internautes à vérifier le classement de leur ville en fonction des divers indices qu'il propose. Et pourtant – et il faut insister là-dessus ici –, tous les indices et toutes les données de Florida concernent des régions métropolitaines. Il ne présente aucune donnée sur les villes dans aucun de ses écrits. Il n'y a rien, par exemple, sur le nombre de postes de la classe créative dans les villes; rien sur la question de savoir si la classe créative a tendance à vivre dans les villes ou dans les banlieues (bien que Florida soutienne que la classe créative est attirée par des environnements urbains authentiques et uniques). Autrement dit, la thèse de la classe créative – perçue comme une théorie innovatrice de la croissance urbaine et acceptée avec enthousiasme par les dirigeants municipaux de l'Amérique du Nord comme une stratégie de développement économique urbain - ne contient absolument aucune preuve à l'appui de ce qu'elle avance en ce qui concerne les villes. Même si la thèse de Florida valait pour les régions – ce qui n'est pas le cas, comme nous allons le voir sous peu -, ses travaux ne révèlent rien sur la fortune économique des villes et sont, à cet égard, trompeurs.

Le troisième grand volet de la thèse de Florida porte sur la supposée prédilection de la classe créative pour la ville. Les personnes créatives et talentueuses sont attirées par des endroits, non par des emplois, selon Florida, et les endroits susceptibles d'attirer la classe créative sont ce qu'il

appelle les villes «branchées», selon son vocabulaire nouvel-âgiste («cool cities », en anglais). «Les membres de la classe créative ont l'embarras du choix et ils exigent d'une ville qu'elle leur offre une grande diversité et des équipements de haut niveau. Îls préfèrent la culture locale – un mélange grouillant de terrasses, d'artistes de rue, de petites galeries d'art et de bistros où il est difficile de différencier les artistes des spectateurs.» Le contingent «bohémien» de la classe créative, selon Florida, est plus particulièrement attiré par ces villes, et il essaie de démontrer ce rapport au moyen d'un «indice bohémien». En outre, Florida soutient que la classe créative est attirée par les villes «tolérantes» qui sont ouvertes et accueillantes face à des populations diverses. Comme mesure indirecte de la tolérance, Florida a lancé son célèbre et controversé «indice gai»; il soutient qu'il existe un lien étroit entre les villes tolérantes possédant une forte concentration de gais et la prospérité économique attribuable à la classe créative². Le prétendu rapport entre tous ces facteurs de prospérité urbaine est résumé dans le sous-titre d'un des articles de Florida: «Pourquoi les villes sans gais et sans groupes rock sont en train de perdre la course du développement économique.»

L'argument de la ville «branchée» est, à bien des égards, l'élément clé de la thèse de la classe créative. En effet, il établit un lien de cause à effet entre les types de ville, la croissance de la classe créative et la prospérité urbaine. Et cela a une incidence directe sur les technocrates de développement économique: cultivez le caractère «branché» de la ville, dit Florida, et vous allez attirer la classe créative (moteur de croissance et prospérité urbaine).

De nouveau, bien que le caractère «branché» des villes soit au cœur de la théorie de Florida, il ne présente aucune donnée sur les *villes*; tous ses indices célèbres concernent l'échelle métropolitaine (et, comme nous allons le voir, ne sont assortis d'aucune donnée empirique à ce niveau d'analyse non plus). De plus, bien que M. Florida inclue de longues

^{2.} Chose curieuse, les notions de M. Florida sur la tolérance et la diversité ne tiennent apparemment pas compte de la langue. Dans son évaluation du potentiel créatif de Montréal, il écrit que: «Montréal est une ville majoritairement francophone sur un continent anglophone, ce qui est à la fois un atout et un handicap. Bien que cet environnement multilingue puisse servir à attirer le talent, il exige des nouveaux arrivés qu'ils aient une certaine connaissance de la langue française, ce qui peut exercer un effet de dissuasion... [Et] la survie de Montréal sera étroitement liée à sa capacité de conserver ces personnes créatives et talentueuses. » Autrement dit, M. Florida semble dire que la politique linguistique du Québec ne colle pas aux impératifs économiques d'une classe créative en croissance.

anecdotes sur ce que la classe créative attend des villes - anecdotes recueillies au cours d'«entrevues» et de «groupes de concertation», sans données à l'appui, qu'il dit avoir tenus à la grandeur du pays -, il ne présente aucune donnée concrète et systématique (comme des réponses à un sondage) sur ce qui incite la classe créative à choisir tel ou tel lieu. En fait, de nombreuses études sur les choix de lieu des particuliers et des entreprises indiquent que les facteurs du caractère «branché» de Florida sont rarement cités: ce sont les emplois, le logement, les écoles, la faiblesse du taux de criminalité et la propreté de l'environnement qui attirent les migrants. Enfin, comme nous le verrons, son «indice gai» est une mesure déficiente des villes «tolérantes». M. Florida suppose, mais ne démontre jamais, que «l'indice gai» est une bonne indication de la tolérance. Mais alors, pourquoi s'agirait-il là d'un indice meilleur, pour les migrants, du degré de tolérance d'une collectivité que les mariages interraciaux, surtout étant donné que le gros de la population gaie mène une vie placardée? De plus, l'affirmation fracassante de Florida selon laquelle «les villes sans gais» perdent sur le plan économique est un exemple de la faiblesse de ses travaux. Il n'y a pas de grandes villes ou régions où il n'y ait pas de gais et, comme il se doit, il n'existe pas d'écarts remarquables dans la proportion des ménages gais qui habitent les plus grandes régions métropolitaines des États-Unis.

Pour résumer, la thèse de la classe créative emprunte beaucoup du travail d'autres chercheurs; et, quand Florida s'aventure sur de nouveaux terrains – comme lorsqu'il parle du rôle de la classe créative dans la promotion de la croissance économique urbaine ou de la question de savoir si «les villes sans gais et sans groupes rock perdent la course du développement économique» –, ses travaux sont entachés d'erreurs méthodologiques, de vides dans les données, de classements pseudoscientifiques («l'indice gai» et «l'indice bohémien») et de concepts douteux (pour commencer par le concept même de «classe créative» et celui des villes «branchées»).

Mais, ce qui est le plus grave, ses principales assertions sur la classe créative, quand elles sont soumises au test empirique, sont tout bonnement fausses. Voyons maintenant certaines des données empiriques.

2. Classe créative et prospérité urbaine : les preuves

Ramenée à l'essentiel, la thèse de la classe créative est simple. Les villes «branchées», tolérantes, attirent des personnes très mobiles et bourrées de talent: la classe créative. C'est ensuite que les emplois arrivent à mesure que les entreprises – plus particulièrement les compagnies de haute

technologie – s'installent et croissent là où les personnes de talent veulent vivre. Et c'est ainsi que les villes qui attirent la classe créative jouissent d'une grande prospérité économique.

Examinons maintenant la première assertion, à savoir que la «classe créative» préfère les «villes branchées» assorties de «paysages urbains authentiques et uniques», de nombreux groupes rock, d'une pléthore de clubs de nuit, de cafés et de sentiers de bicyclette.

En fait, la «classe dite créative», comme la majorité des travailleurs américains, préfère vivre en banlieue, et pas dans les quartiers chics et à la mode que Florida appelle à tort des aimants de la classe créative. Comme le tableau 3.2 l'indique, la grande majorité de ceux qui détiennent des emplois de la classe créative dans les régions que Richard Florida qualifie de carrefours de la classe créative, habite les banlieues – tout comme la majorité des travailleurs dans ces régions. Dans la plupart des régions, un

Tableau 3.2 La « classe créative » préfère-t-elle les villes ? Distribution géographique des résidents titulaires d'emplois de la « classe créative » dans des régions métropolitaines à concentration élevée de travailleurs de la classe créative

Rang pour la classe créative	Région métropolitaine	Part pour la ville de la « classe créative »	Part pour la ville de tous les travailleurs de la région
1	Washington (D.C.)	10,5 %	10,3 %
2	Raleigh-Durham	41,4%	39,6%
3	Boston	15,0%	16,4%
4	Austin	59,1 %	54,5 %
5	San Francisco	50,3 %	46,6%
6	Minneapolis	25,7%	21,6%
7	Hartford (CT)	3,8%	7,3 %
8	Denver	31,2 %	25,5 %
9	Seattle	32,6%	25,6%
10	Houston	43,8%	45,2 %
39	Milwaukee	31,0%	34,6 %

pourcentage légèrement plus élevé de résidents de la classe créative habite le centre-ville comparativement aux autres travailleurs, mais l'écart n'indique pas de préférence marquée pour les *villes* branchées de la part de la classe créative. Et dans les deux régions classées par Florida parmi les dix premières pour la concentration des travailleurs de la classe créative – Washington (D.C.) et Hartford –, plus de neuf résidents de la classe créative sur dix habitent dans les banlieues.

Les tableaux 3.3 à 3.6 révèlent la mesure dans laquelle *a*) la classe créative n'est pas particulièrement attirée par les villes centrales et *b*) la classe créative ne saurait servir d'ancre solide pour ramener les résidents dans les villes centrales. Ces tableaux exposent des données sur les tendances de la migration intérieure aux États-Unis dans les régions métropolitaines entre 1995 et 2000, c'est-à-dire les années d'or de l'emballement pour Internet, années pendant lesquelles les premières régions pour leur concentration de travailleurs de la classe créative auraient dû, selon Florida, attirer un grand nombre de résidents vers les villes centrales «bran-

Tableau 3.3

Migration intrarégionale et interrégionale nette des travailleurs dans les régions à forte concentration de travailleurs de la « classe créative »: 1995-2000

Solde de la migration nette de la population civile active entre le comté central et le reste de la région métropolitaine, et entre le comté central et le reste des États-Unis

Rang pour la classe créative	Région métropolitaine	Solde de la migration intra- régionale	Solde de la migration inter- régionale	Solde de la migration totale nette
1	Washington (D.C.)	-24 258	+1 294	-22 964
2	Raleigh-Durham	-5 091	+46 632	+41 541
3	Boston	-18 639	+1 535	-17 104
4	Austin	-14 138	+40 380	+26 242
5	San Francisco	-15 501	+4330	-11 171
6	Minneapolis	-24 687	+19 247	-5 440
7	Hartford (CT)	-3 391	-6 830	-10 221
8	Denver	-26 621	+14 510	-12 111
9	Seattle	-17 715	+ 28 557	+10 842
10	Houston	-28 760	-7 381	-36 141

Tableau 3.4

Migration intrarégionale et interrégionale nette des « professionnels » dans les régions à forte concentration de travailleurs de la « classe créative » : 1995-2000 Solde de la migration nette de la population civile active entre le comté central et le reste de la région métropolitaine, et entre le comté central et le reste des États-Unis

Rang pour la classe créative	Région métropolitaine	Solde de la migration intra- régionale	Solde de la migration inter- régionale	Solde de la migration totale nette
1	Washington (D.C.)	-7 244	+2 884	-4 360
2	Raleigh-Durham	-775	+16 080	+ 15 305
3	Boston	-5 808	-807	-6 615
4	Austin	-3 718	+9 323	+ 5 605
5	San Francisco	-4 327	+5 324	+997
6	Minneapolis	-5 663	+4 687	-976
7	Hartford (CT)	-692	-990	-1 682
8	Denver	-5 191	+ 5 464	+273
9	Seattle	-3 782	+ 15 612	+11 830
10	Houston	-6 030	+6 315	+ 285

Tableau 3.5

Migration intrarégionale et interrégionale nette des travailleurs dans des régions choisies: 1995-2000

Solde de la migration nette de la population civile active

entre le comté central et le reste de la région métropolitaine, et entre le comté central et le reste des États-Unis

Rang pour la classe créative	Région métropolitaine	Solde de la migration intra- régionale	Solde de la migration inter- régionale	Solde de la migration totale nette
14	Chicago	-87 381	-29 362	-116 743
16	Atlanta	-32 282	+20 574	-11 708
21	Jacksonville	-5 431	+ 7 591	+2 160
35	Phoenix	-4 089	+138 021	+133 932
37	Miami	-46 297	-36 893	-83 190
39	Milwaukee	-15 021	-5 302	-20 323
47	Memphis	-9 315	+2 263	-7 052
Aucun	Baltimore	-40 266	-9 447	-49 713

Tableau 3.6

Migration intrarégionale et interrégionale nette des « professionnels » dans des régions choisies: 1995-2000

Solde de la migration nette de la population civile active entre le comté central et le reste de la région métropolitaine, et entre le comté central et le reste des États-Unis

Rang pour la classe créative	Région métropolitaine	Solde de la migration intra- régionale	Solde de la migration inter- régionale	Solde de la migration totale nette
14	Chicago	-17 435	+4 496	+12 939
16	Atlanta	-4 880	+ 5 296	+416
21	Jacksonville	-1 035	+1 946	+911
35	Phoenix	-657	+ 29 524	+28 867
37	Miami	-9 713	-6 730	-16 443
39	Milwaukee	-4 182	-1 356	-5 638
47	Memphis	-1 392	-331	-1 723
Aucun	Baltimore	-8 989	-1 962	-10 951

chées». En fait, dans les régions où la concentration de résidents de la classe créative est plus forte et dans les régions où la concentration est plus faible, davantage de travailleurs ont *quitté* le comté central à destination d'autres secteurs de la région métropolitaine que de travailleurs ont déménagé *vers* le comté central³. Cela vaut pour les professionnels – la catégorie d'emploi de recensement états-unien sur la migration qui se rapproche le plus de la «classe créative» – ainsi que pour toutes les autres occupations. En moyenne, dans les régions à forte concentration de travailleurs de la classe créative, le nombre des professionnels qui ont quitté le comté central à destination des banlieues périphériques est de deux fois supérieur à celui des professionnels qui ont déménagé *vers* le comté central. Cela remet donc en question l'attrait irrésistible des villes branchées pour la classe créative.

Quand on tient compte de la migration *interrégionale*, plusieurs comtés centraux des régions à forte concentration de travailleurs de la classe créative de M. Florida présentent un gain de migration net entre 1995 et 2000, mais pas plus que dans les régions qui occupent un rang

^{3.} Le comté central des régions urbaines correspond au comté où se trouve la ville centrale.

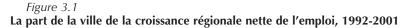
inférieur dans son système de classement. Le comté central (Suffolk) de Boston (3e rang, selon la présence de la classe créative) a réalisé un gain de seulement 1 535 travailleurs (et a perdu 807 professionnels) par suite de la migration interrégionale nette entre 1995 et 2000. Le comté Cook de Chicago (14e rang) a essuyé une perte nette de 29 362 travailleurs (bien qu'il ait connu un gain net de 4 496 professionnels) par suite de migrations interrégionales. Par ailleurs, les régions à plus faible concentration de travailleurs de la classe créative, comme Phoenix (35e rang) et même Memphis (47e rang), ont fait aussi bonne figure ou, comme dans le cas de Phoenix, ont réussi considérablement mieux à attirer les migrants d'autres régions du pays vers les comtés centraux.

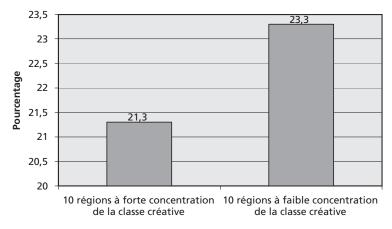
Ces constatations, bien que contraires à la rhapsodie de M. Florida sur le désir de la classe créative de vivre dans ces villes «branchées», n'ont rien de surprenant. En 1991, Robert Reich mettait en garde contre la «sécession» des analystes symboliques vers les banlieues résidentielles et les secteurs «exurbains» (p. 271). «La grande majorité des spécialistes financiers, des avocats et des cadres qui travaillent pour les compagnies d'assurance de Hartford n'imagineraient jamais vivre là; après tout, Hartford est une des villes les plus pauvres au pays. Ils se ruent plutôt vers Windsor, Middlebury et d'autres cantons avoisinants du Connecticut qui sont, faut-il s'en étonner, parmi les plus riches du pays» (p. 272). Ce qui est ironique et ridicule tout à la fois pour le système de Florida, c'est que la région de Hartford se place au septième rang des grandes régions du pays pour le pourcentage de travailleurs titulaires d'emplois de la classe créative. Mais, comme l'indique le tableau, 2,96% de ces «travailleurs créatifs» de la région métropolitaine de Hartford habitent les banlieues. Cela est loin d'être une illustration brillante de l'attrait qu'exerceraient «les quartiers urbains authentiques » sur la classe créative.

Comme il en a l'habitude, M. Florida tente d'esquiver le problème. Il avoue qu'un gros morceau de la classe créative habite la banlieue (il ne reconnaît cependant pas que c'est la grande majorité), mais il affirme du même souffle que «ces périphéries innovatrices [comme Silicon Valley et la route 128 de Boston] doivent être comprises en relation aux centres urbains prospères et aux cultures tolérantes et ouvertes où elles sont ancrées». (Comme Hartford, peut-être?)

Mais ce n'est pas là ce que soutient Florida dans *The Rise of the Creative Class*. Ce sont les *villes* avec des groupes rock, des cafés et des quartiers branchés qui attireraient la classe créative, non à titre d'observateurs remplis d'admiration ou de touristes venant d'enclaves exurbaines éloignées, mais à titre de résidents quotidiens de la ville «branchée», de la ville «24 heures sur 24». Et Florida soutient que la revitalisation du

centre-ville et la croissance de l'emploi dans les villes sont la conséquence de l'attrait des quartiers urbains pour la classe créative. «Seattle illustre la tendance», affirme-t-il, en mentionnant la croissance de la haute technologie dans le secteur commercial central et dans les quartiers «à la mode » le long des quais. Mais, comme le démontre le tableau 3.2, moins du tiers de la classe créative de la région de Seattle habite la ville de Seattle. En fait, entre 1995 et 2000, le nombre de professionnels qui ont quitté King County à destination d'un autre secteur de la région métropolitaine de Seattle était plus de deux fois supérieur à celui des professionnels qui arrivaient dans King County. Cela n'a rien d'étonnant car, dans la région de Seattle comme dans la plupart des régions des États-Unis, la part du lion de la croissance de l'emploi est concentrée à l'extérieur de la ville centrale. À Seattle, plus de 78 % de la croissance nette de l'emploi dans la région entre 1992 et 2001 était réalisée dans les banlieues. À San Francisco, autre mecque de la classe créative, plus de 90 % de la croissance nette de l'emploi concernait les banlieues. Et à Hartford, toute la croissance nette de l'emploi était le fait des banlieues. Comme la figure 3.1 l'indique, la part de la ville de la croissance régionale nette de l'emploi était environ la même entre 1992 et 2001 dans les régions à forte concentration de travailleurs de la classe créative (d'après le classement de Florida) et dans les régions à moins forte concentration de travailleurs de la classe créative. Un défi économique capital pour les villes américaines concerne la décentralisation régionale de l'activité économique et le mouvement de la création d'emplois vers la périphérie. Tant et aussi longtemps que le centre de gravité économique dans les régions continuera de se déplacer hors





des villes centrales – et les données du recensement récent indiquent une croissance continue du navettage entre banlieues –, la classe créative, comme tous les autres travailleurs, suivra les emplois.

Bref, malgré les efforts peu convaincants de Florida pour esquiver la question, sa thèse de la classe créative pose en principe l'attrait des «travailleurs créatifs» pour le mode de vie urbain. La classe créative est encensée par M. Florida comme l'ancre de la revitalisation des villes. Or, les preuves sont éloquentes: la classe créative n'est pas plus disposée à vivre dans les villes – branchées ou pas – que les autres travailleurs.



Les villes qui attirent et entretiennent la classe créative, selon Richard Florida, seront les «gagnantes» sur le plan économique. Or, bien que *The Rise of the Creative Class* contienne un grand nombre de tableaux et d'indices qui lui confèrent une patine de rigueur scientifique, M. Florida, comme un critique l'a fait remarquer, « ne fournit pas de données qui démontrent que ses villes créatives possèdent une économie florissante et maintiennent leur rendement économique au fil du temps».

À raison, les données nous portent à croire, par exemple, qu'il n'existe pas de rapport entre la proportion des travailleurs de la classe créative d'une région et la croissance de l'emploi. Parmi les 49 régions métropolitaines possédant un million d'habitants ou plus aux États-Unis, il y a une corrélation de +0,008 entre la proportion des travailleurs de la classe créative et la croissance de l'emploi entre 1992 et 2001 – essentiellement, aucun rapport entre les deux variables.

Le tableau 3.7 indique avec plus de détails à quel point la «thèse de la classe créative» colle mal à la performance économique – pour les régions et pour les villes. (Je fais remarquer de nouveau que, même si Florida tient mordicus à sa thèse de l'importance de la classe créative pour le développement économique urbain, il ne fournit pas du tout de données pour les villes.) Le tableau divise le classement par Florida de la structure des classes des régions métropolitaines en cinq catégories: les dix régions avec la proportion la plus élevée de travailleurs de la «classe créative»; ensuite, les régions cotées 11 à 20, 21 à 30, etc. Puis, pour chaque groupe, nous avons examiné divers indicateurs économiques, pour la région dans son ensemble et pour la ville centrale (croissance de l'emploi, taux de chômage et, pour la ville centrale, taux de pauvreté).

Dans les régions ou dans leur ville centrale, il n'existe pas de rapport entre la proportion des travailleurs de la classe créative actifs sur le marché du travail et aucun de ces indicateurs économiques. Bien que

Tableau 3.7

La thèse de la « classe créative » explique-t-elle quoi que ce soit sur le rendement économique municipal ou régional?

Régions métropolitaines américaines de plus de 1 million d'habitants

	Croissance de l'emploi 1992-2001	Taux de	Taux de pauvreté		Taux de chômage pour 2003		
	Région métro- politaine	Ville centrale	Ville centrale	Région métro- politaine	Ville centrale		
Les dix premières régions pour le nombre de travailleurs de la classe créative	34,0 %	22,3%	17,3%	5,3 %	6,8%		
Les dix suivantes (11e au 20e rang)	22,6%	9,5 %	21,1%	6,0 %	8,4 %		
Les dix suivantes (21e au 30e rang)	27,0%	19,8%	16,8%	5,7 %	7,3 %		
Les dix suivantes (31e au 40e rang)	28,5 %	19,2 %	19,8%	5,2 %	7,0 %		
Les neuf dernières (41e au 49e rang)	30,7%	22,0%	19,3%	5,7 %	6,7 %		

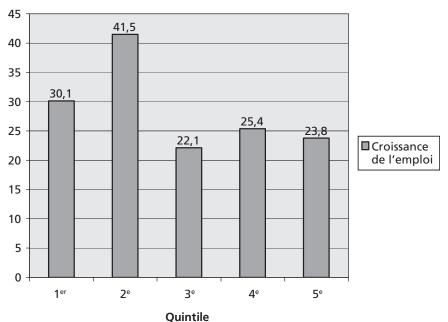
les dix premières régions pour leur concentration de travailleurs de la classe créative annoncent les taux de croissance de l'emploi municipal et régional les plus élevés entre 1992 et 2001, la deuxième tranche de dix villes est assortie des taux de croissance les plus bas, des taux de chômage les plus élevés et des taux de pauvreté les plus élevés dans la ville centrale. La performance économique du groupe des régions au bas de l'échelle présente généralement des similitudes avec le premier groupe.

Les deux autres fameux indicateurs de Florida – l'indice bohémien et l'indice gai – sont également déficients comme prédicteurs du rendement économique. L'indice bohémien de Florida, malgré son étiquette évocatrice, n'a rien à voir avec la mesure objective du «bohémianisme», le bohémien étant entendu comme une personne avec des aspirations réelles ou supposées au plan artistique ou intellectuel qui vit et agit sans égard aux règles de comportement traditionnelles. Il s'agit plutôt, pour Florida, d'une sous-catégorie comprenant le noyau des occupations essentielles de la classe créative: écrivain, artiste, musicien, concepteur, acteur, photographe, etc. Il suppose simplement que les personnes titulaires de ce genre d'emploi sont des «bohémiens».

Indépendamment de la question de savoir si l'indice mesure véritablement le «bohémianisme», Florida affirme, pour ce qui est du développement économique, que «l'indice bohémien» est un «prédicteur étonnamment juste de tous les phénomènes: bassin des compagnies de haute technologie, croissance de la population et croissance de l'emploi». Pas vraiment. L'indice bohémien était en corrélation à –0,303 avec la croissance régionale de l'emploi entre 1992 et 2001 – c'est-à-dire une corrélation légèrement *négative*. À la figure 3.2, où on divise de nouveau les régions en cinq groupes, on constate qu'il y a peu de rapport entre le classement obtenu pour cet indice et la croissance de l'emploi: le deuxième « quintile » de régions, classées suivant leur degré de « bohémianisme », passe devant le premier quintile pour la croissance de l'emploi. Et il n'y a pratiquement pas de différence au plan des taux de croissance de l'emploi pour les trois derniers quintiles.

Figure 3.2 Indice bohémien et croissance de l'emploi aux États-Unis. Régions métropolitaines, 1992-2001

Croissance de l'emploi moyenne, en pourcentage, dans les régions métropolitaines de plus de un million d'habitants, selon le classement de 1990 de l'indice bohémien de Richard Florida (par quintile)



Le tableau 3.8 explique pourquoi. De nouveau, Florida a choisi un indicateur qui ne contribue pas à différencier les régions et les villes les unes des autres. Entre Dallas (15e rang) et Jacksonville (49e rang) pour l'indice bohémien, on note une extraordinaire différence de 0,4 point de pourcentage au plan de la proportion des travailleurs de la région qui sont titulaires d'emplois de «bohémiens». À Boston et à Seattle, deux châteaux forts du bohémianisme selon le classement de Florida, seulement 2,8% et 2,7% des travailleurs occupent des postes de «bohémiens». Peuton vraiment croire que des pourcentages aussi faibles et des différences interrégionales aussi peu significatives - pour une variable dont l'utilité sur le plan de l'analyse est douteuse d'entrée de jeu – puissent être qualifiés de «prédicteurs étonnamment justes de »... quoi que ce soit? Comme le démontre le tableau 8, pour les deux indicateurs clés du bien-être économique – le taux de croissance de l'emploi et le taux de chômage –, l'indice bohémien semble ne rien nous apprendre sur le rendement économique des régions ou de leur ville centrale.

Tableau 3.8 Indice bohémien et rendement économique des régions métropolitaines choisies

	% des bohémiens par rapport à	Croissa l'emploi 1		Taux de chômage 2003	
	l'ensemble de la main-d'œuvre dans la région métropolitaine	Région métro- politaine	Ville centrale	Région métro- politaine	Ville centrale
Boston (4)	2,8 %	23,0 %	24,2 %	5,3 %	6,5 %
Seattle (7)	2,7 %	27,1 %	15,9 %	7,0 %	7,7 %
Dallas (15)	1,9%	42,9%	17,0 %	6,9 %	8,8 %
Phoenix (23)	1,9 %	57,8%	58,4%	5,2 %	5,7 %
Louisville (33)	1,6 %	22,0%	19,3 %	5,7 %	6,7 %
Memphis (40)	1,5 %	26,6 %	13,6 %	5,6 %	7,0 %
Jacksonville (49)	1,5 %	37,5 %	35,7 %	5,4%	5,9 %

L'«indice gai» de Florida est tout aussi inutile comme outil d'analyse du développement économique urbain. Rappelons la déclaration remarquée de M. Florida: «les villes sans gais [et sans groupe rock] perdent la course du développement économique». Mettons de côté l'hyperbole, ce que M. Florida essaie de dire, c'est que a) les villes et régions « tolérantes » et ouvertes à la diversité sont celles qui attirent la classe créative, et que

b) l'importance en nombre de la population gaie d'une ville ou d'une région est une bonne mesure du niveau de tolérance et d'ouverture à la diversité dans la collectivité.

Nous nous trouvons ici devant plusieurs sauts d'analyses douteuses. Tout d'abord, M. Florida ne fournit aucune preuve que la classe créative aurait une prédilection particulière pour les collectivités «tolérantes» ou ouvertes à la diversité. En fait, comme nous l'avons vu, la classe créative choisit très majoritairement de vivre dans les banlieues relativement homogènes des grandes régions métropolitaines. D'ailleurs, dans des travaux de Robert Reich et de moi-même pendant des années, nous démontrons, preuves à l'appui, comment les «analystes symboliques» se sont retirés dans des enclaves où la «générosité et la solidarité s'arrêtent aux limites de nos valeurs foncières communes».

Deuxièmement, même si la classe créative était attirée vers les collectivités « tolérantes », Florida n'explique par aucun motif valable pourquoi l'indice gai devrait logiquement être la meilleure « mesure indirecte » d'une collectivité ouverte et tolérante. L'homosexualité reste toujours, dans la plupart des cas, un phénomène placardé. Pourquoi une caractéristique plus visible de la tolérance de la collectivité, comme la proportion des mariages interraciaux ou le degré de ségrégation raciale, ne serait-elle pas un indicateur plus significatif?

Troisièmement, les meilleures données disponibles sur les ménages gais dans les villes et régions américaines, les données de recensement 2000 sur «unmarried partner households» employées par Florida et son collaborateur Gary Gates, indiquent des différences statistiques insignifiantes entre les villes et les régions pour ce qui est de la proportion gaie par rapport au nombre total de ménages. En 2000, dans les plus grandes régions métropolitaines au pays, San Francisco possédait le plus fort pourcentage de ménages gais (1,8%) et Buffalo le plus faible (0,4%); pour les plus grandes villes, San Francisco arrivait en première place avec 2,7 %, tandis que plusieurs villes (Kansas City, Raleigh, Detroit, San Antonio et Louisville) arrivaient au dernier rang avec 0,6%. Parmi les 49 régions métropolitaines les plus grandes aux É.-U., 47 affichaient un pourcentage entre 0,4% et 0,9% de ménages gais; parmi les villes centrales de ces régions, 30 affichaient des pourcentages de ménages gais entre 0,8% et 1,3%. Ces écarts sont tellement minces et la proportion des ménages gais généralement tellement faible dans tous les cas qu'il serait déraisonnable de penser que la performance économique puisse être associée à cette variable.

Il s'avère évidemment que messieurs Florida et Gates ont tort: l'indice gai n'est pas lié à la prospérité économique urbaine. La corrélation de l'indice gai se situait à un niveau modeste, +0,298, pour ce qui est de

la croissance de l'emploi régional entre 1992 et 2001. Comme le tableau 3.9 le démontre, bien que les cinq régions assorties du «plus grand nombre» de ménages gais⁴ affichaient une croissance de l'emploi et un dossier de chômage supérieurs à ceux des cinq dernières régions, les régions classées au milieu (23e au 27e rang) affichaient en fait des statistiques légèrement meilleures que le premier groupe⁵. Ces chiffres n'ont rien d'étonnant. Ce qui, par contre, *est* renversant, c'est qu'on en arrive à croire que, parce qu'une région possède 0,9 % de ménages gais et une autre seulement 0,7 %, cela va faire une différence au chapitre du développement économique.

Tableau 3.9 Indice gai et croissance de l'emploi dans les régions américaines

Région	% de ménages gais	Croissance de l'emploi, 1992-2001	Taux de chômage, 2003				
Régions fortemen	Régions fortement gaies						
San Francisco (1)	1,8 %	26,0%	5,1 %				
Seattle (2)	1,1 %	27,1 %	7,0 %				
Austin (3)	0,9 %	79,3 %	5,5 %				
Boston (4)	0,9%	23,0 %	6,5 %				
Miami (5)	0,9%	11,5 %	10,0 %				
Régions moyenne	ment gaies						
Charlotte (23)	0,7 %	38,1 %	6,6 %				
Indianapolis (24)	0,7 %	25,7 %	4,8%				
Jacksonville (25)	0,7 %	37,5 %	5,4%				
Chicago (26)	0,7%	17,5 %	7,0 %				
Phoenix (27)	0,7%	57,8%	5,2 %				
Régions faibleme	nt gaies						
Cleveland (45)	0,5 %	15,4%	6,2 %				
St. Louis (46)	0,5 %	13,9%	5,8%				
Pittsburgh (47)	0,5 %	10,3 %	4,6 %				
Detroit (48)	0,5 %	19,6%	6,8 %				
Buffalo (49)	0,4%	3,7 %	6,0 %				

^{4.} Si on peut dire qu'une région assortie d'un taux de 0,9% de ménages de conjoints de même sexe possède une proportion «élevée» de ménages gais.

La même tendance vaut quand on examine le rapport entre la proportion des ménages gais et le rendement économique des villes.

L'absence de corrélation entre l'indice gai et la performance économique élevée ne contredit pas entièrement la thèse de Florida sur la tolérance, la classe créative et la prospérité économique urbaine. Il se peut que, malgré les exagérations de Florida, la tolérance reste importante, mais que l'indice gai ne soit qu'une mesure indirecte médiocre de l'ouverture et de la diversité. En effet, d'autres indicateurs potentiels de la tolérance ne réussissent pas à faire la corrélation ni avec une concentration élevée de travailleurs de la classe créative, ni avec les mesures de la prospérité économique. Il n'existe pas de corrélation significative entre les régions à forte concentration de travailleurs de la classe créative et l'intégration résidentielle raciale (+0,091), pas de corrélation entre les régions à forte concentration de travailleurs de la classe créative et l'intégration résidentielle ethnolinguistique (+0,041), et pas de corrélation entre les régions à forte concentration de travailleurs de la classe créative et les mariages interraciaux (+0,183). Il existe cependant une certaine corrélation entre les régions à plus forts taux de mariages interraciaux et les taux de croissance de l'emploi plus élevés (+0,394).

En vérité, il ne s'agit pas là d'une corrélation à partir de laquelle on puisse raisonnablement fonder une théorie du développement économique urbain⁶. De plus, étant donné la faible corrélation entre la proportion des travailleurs de la classe créative et le taux de mariages interraciaux dans les régions, on peut, sans grand risque de se tromper, supposer que d'attirer la classe créative dans les régions tolérantes sur le plan racial n'avait véritablement pas *provoqué* la croissance économique associée à des taux élevés de mariages interraciaux.

Bref, après examen rigoureux, il n'existe pratiquement pas de données empiriques pour étayer l'une ou l'autre des hypothèses de la théorie de la classe créative. La «classe créative», concept très douteux d'entrée de jeu, n'a pas de corrélation significative avec les indicateurs clés du développement économique urbain et régional. Malgré les assertions de Richard Florida sur ce que la classe créative veut – des quartiers urbains branchés et «authentiques» –, le fait est que la grande majorité des travailleurs de la supposée «classe créative» vit dans les banlieues, que les travailleurs «créatifs» quittent les villes centrales pour les banlieues en plus grand nombre que ceux qui déménagent vers la ville centrale, et que le centre de gravité économique des régions – «créatives» ou non – continue de s'écarter de la ville centrale. Il n'existe tout bonnement pas

^{6.} Les rapports de cause à effet ne sont pas clairs. Il se peut que les régions à forte croissance de l'emploi attirent de nouveaux résidents de tous les milieux et que, en conséquence et par un simple jeu d'arithmétique, elles soient davantage susceptibles de voir se contracter des mariages interraciaux.

de preuve pour affirmer que la classe créative, malgré les exagérations de Richard Florida et de ses acolytes, est un facteur important de revitalisation *urbaine*. Enfin, il n'existe pas de corrélation entre les fameux indices de Florida pour décrire les «économies créatives» – l'indice gai et l'indice bohémien – et la prospérité économique. Il s'agit là – et il n'y a pas de façon gentille de le dire – d'indices bidon. La thèse de la classe créative ne présente que peu de valeur intellectuelle pour les chercheurs et les technocrates spécialisés en urbanisme.

Conclusion – et les implications en matière de politique

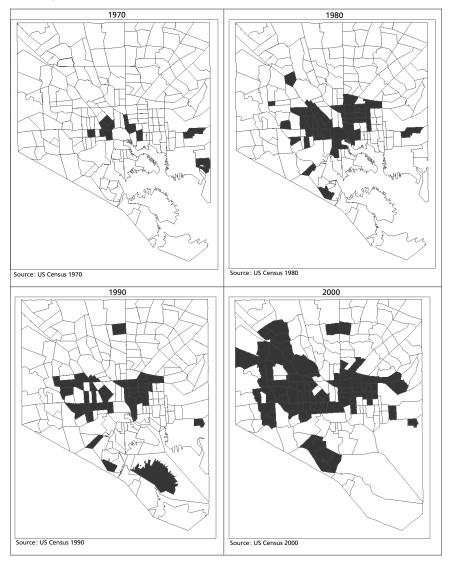
Le développement économique urbain est un domaine particulièrement susceptible de succomber aux modes et aux stratégies mal éclairées. Pendant des années, les villes offraient des programmes d'incitatifs pour attirer les entreprises, malgré la preuve évidente que ces stratégies, qui viennent d'ailleurs fausser le marché, ne réussissaient pas à créer des emplois et finissaient par dilapider des ressources qui auraient été mieux investies si l'on avait répondu aux besoins locaux. Même si la presque totalité des chercheurs universitaires affirme que les stades et les centres de congrès ne sont pas des moteurs de développement économique, les villes d'Amérique du Nord ont investi des milliards de dollars dans ces installations – sous prétexte qu'elles constituent des investissements importants pour leur avenir économique!

La «thèse de la classe créative» est la plus récente dans cette longue suite de politiques mal conçues. C'est, dans les cercles du développement économique, la mode du jour. Et comme la plupart des modes, elle ne contient pas que du faux: améliorer les installations de la «qualité de vie» dans les villes – comme les parcs et les espaces publics – a du bon sens pour des raisons autres que le simple fait d'essayer d'attirer la «classe créative»; de promouvoir une collectivité ouverte et tolérante est un but louable peu importe son lien avec le développement économique. Mais les disciples urbains de Richard Florida risquent de gaspiller des ressources de plus en plus rares pour des plans conçus pour attirer une légion nationale imaginaire (et même, selon les travaux les plus récents de M. Florida, une légion internationale) de travailleurs «créatifs», libres comme l'air et en quête de la ville la plus «branchée» de la planète. Dans un effort futile pour se constituer amies de la classe créative, les villes risquent de perdre de vue leurs défis et leurs priorités de base.

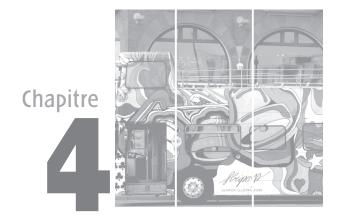
Prenons l'exemple de Baltimore, qui a lancé avec tambours et trompettes sa stratégie «*Creative Baltimore* ». Il s'agit ici d'une ville où les quartiers avec plus de la moitié des travailleurs en chômage ont grandi

Figure 3.3
Chômage à Baltimore: 1970-2000

Secteurs de recensement avec 50% ou plus de la population de plus de 16 ans sans emploi ou non active



sans cessation depuis 1970 (voir la carte), où les écoles publiques ont fait faillite au début de l'année, et qui a vu sa population diminuer de 15% depuis 1990. Les riches font «sécession» et quittent Baltimore: entre 1995 et 2000, les ménages riches (revenus de plus de 100 000 \$ par année) étaient cinq fois plus nombreux à quitter la ville pour les banlieues qu'à déménager des banlieues vers la ville. Dans ces circonstances, s'attacher à la classe créative revient à s'assurer que les fenêtres sont propres tandis que la maison brûle. Baltimore, comme la plupart des villes, n'a pas besoin de stratégie pour la classe créative; elle a besoin d'une stratégie pour reconstruire les écoles publiques, pour créer de l'emploi pour les résidents locaux et pour établir des alliances régionales afin d'élargir la réserve des ressources pour la revitalisation urbaine. Il n'y a rien de mal, bien sûr, à rendre une ville attrayante pour la classe créative – ou pour quelque migrant potentiel que ce soit, d'ailleurs. Mais si les villes ne réussissent pas à s'attacher aux défis véritables du développement économique, trompées et distraites qu'elles sont par le prosélytisme de M. Florida faisant de la classe créative le sauveur de la situation économique, alors les conséquences de cette folie laisseront une marque profonde.



L'aristocratie mobile du savoir et son tapis rouge Quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida

Richard Shearmur

e 27 janvier 2005, Richard Florida a dévoilé son analyse de l'économie de Montréal (Stolarick *et al.*, 2005) lors d'un dîner dans un salon montréalais. Promu par, entre autres, la Chambre de commerce, Culture Montréal et Montréal International, cette petite cérémonie à 85 \$ la place réunissait le tout-Montréal: pendant une trentaine de minutes, nous avons écouté M. Florida nous dire comment les villes gagnantes avaient besoin d'attirer et de retenir les «talents», et que le meilleur moyen de le faire était de

Ce texte a déjà été publié dans La compétitivité urbaine dans le contexte de la nouvelle économie, sous la direction de R. Tremblay et D.-G. Tremblay, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2006.

rendre la ville attrayante pour ces personnes très mobiles et bien formées, en encourageant les domaines culturels, les styles de vie qu'elles aiment, et notamment la «tolérance».

Évidemment, ce message flatteur et agréable a très bien accompagné la digestion des notables présents. Personne dans la salle ne pouvait ignorer qu'il (ou elle) était compris dans la définition assez large que Florida (2002) donne du «talent», ou de la «classe créative» (c'est-à-dire les personnes éduquées et innovantes – termes vagues, mais qui regroupent en pratique les personnes travaillant en création, en conception ou en gestion). En fin de repas, il est doux de se faire bercer par une belle histoire dont nous sommes le héros... Ce message sonne encore mieux si la leçon politique à tirer du conte est qu'il est urgent de remodeler la ville afin de répondre aux besoins de la classe dont nous faisons partie. Il est donc tout à l'honneur des montréalais «créatifs» que le message ait été reçu avec une bonne dose de scepticisme.

Ce scepticisme renvoie à des questions plus fondamentales de développement économique, de théorisation, et du passage de la théorie à la politique publique. Dans ce chapitre, je vais essayer de fournir quelques éléments qui permettront de mieux saisir les réserves qui peuvent être exprimées au sujet de la thèse de Florida. En effet, ce message a su attirer l'attention des décideurs, et il est indéniable qu'il repose sur certaines bases théoriques solides. Il n'est donc pas question de nier qu'il existe sans doute un lien entre la croissance et les personnes créatives, talentueuses, éduquées ou possédant du savoir-faire. Par contre, il est important de décortiquer ce lien et de questionner la nature et la direction de la causalité: la question n'est pas tant de savoir s'il existe un lien entre «talent» et croissance, mais de savoir si le «talent» cause la croissance ou si la croissance attire le «talent». Florida laisse entendre qu'il suffit que les villes attirent la classe créative pour qu'elles bénéficient par la suite d'une croissance économique. Je vais essayer de démontrer qu'il est fort probable que le contraire soit vrai, et que les personnes éduquées et talentueuses soient en général mobiles, bien informées, et attirées par les possibilités qu'offrent les régions en forte croissance.

Dans la première partie, je vais rappeler qu'il existe des travaux solides sur le lien entre le capital humain et la croissance économique des pays, ainsi que le revenu des *individus*, mais qu'en économie *régionale*, la migration est en général attribuable aux possibilités qu'offre la région d'accueil. La croissance d'une région est souvent attribuable à sa structure industrielle, sa localisation géographique par rapport aux grands marchés et à des effets d'agglomération diffus et difficilement attribuables à un facteur particulier. Je vais ensuite me pencher sur la distinction que fait

Florida entre capital humain et «talent», distinction difficile à saisir, et dont les connotations sémantiques sont particulièrement problématiques. Par la suite, nous nous demanderons s'il est raisonnable de transférer les leçons qui ont été apprises, en observant le lien entre croissance et capital humain au plan des pays (et au plan des particuliers) à une échelle intermédiaire, soit celle des régions et des agglomérations urbaines. Finalement, je vais présenter certains résultats empiriques portant sur le Canada, qui remettent en question tout lien simple entre capital humain et croissance. Ces résultats tendent à montrer que les personnes éduquées se déplacent vers les endroits à forte croissance et non l'inverse (bien qu'il soit indéniable que des effets de causalité peuvent opérer dans les deux sens).

1. Le capital humain et la croissance

1.1. La théorie du capital humain et le développement régional

Depuis plus de cinquante ans, les économistes s'intéressent au lien qui existe entre l'éducation et la croissance économique. Lewis (1955) et Schultz (1959), corécipiendaires du prix Nobel d'économie en 1979, ont été parmi les premiers à théoriser ce lien et à le placer dans un contexte beaucoup plus large. En effet Lewis (1955), dans son livre *The Theory of Economic Growth*, insiste très fortement sur l'importance du capital humain et institutionnel dans le processus de développement des pays. Selon lui, ce sont le droit à la propriété, l'organisation des marchés, la religion, les attitudes envers le risque et le changement et l'éducation et la formation qui sont à la base du développement. Aucune causalité simple n'existe entre un facteur unique et le développement, mais ce sont les complémentarités entre ces divers facteurs qui mèneraient au développement.

Par la suite, Becker (1964) a su formaliser le lien entre capital humain et croissance économique en intégrant ce concept au modèle de Solow (1956). En effet, malgré les avancées théoriques importantes de Lewis et Schultz – qui ne sont pas sans rappeler certains principes de l'économie institutionnelle qui sous-tendent beaucoup de travaux plus récents sur le développement régional (Nelson et Winter, 1982; Cooke et al., 2004) –, le capital humain n'a été reconnu pleinement par la communauté des économistes que lors de son intégration formelle (mathématique) dans les modèles. Solow (1956) avait identifié un résidu de croissance qui ne serait explicable que par le progrès technologique. Becker (1964), dans le but d'expliquer ce progrès technologique (de le rendre endogène au modèle), a intégré les progrès qualitatifs des travailleurs (la croissance de leur stock de «capital humain») au modèle.

Il est important de souligner que le savoir-faire des travailleurs a été assimilé à du capital, car le capital a une propriété importante: tout comme le capital physique (les machines, les outils, les infrastructures), on peut augmenter la quantité de capital humain en faisant des investissements (notamment en formation et en éducation). Pour un individu, le capital humain correspond donc à un stock d'avoirs qui lui permettent d'obtenir du revenu. L'augmentation de ses avoirs permettrait l'augmentation du revenu.

L'idée de Becker (1964), qui avait pour but initial d'intégrer une explication du progrès technologique aux modèles de croissance, a été utilisée pour expliquer les différences de niveau de vie et de croissance entre pays. Romer (1989), notamment, a démontré que le capital humain pouvait être considéré comme un «stock» au plan d'un pays, et que les pays avec un stock plus important de ce facteur de production connaissaient des niveaux de vie supérieurs: l'augmentation de ce stock entraînerait l'augmentation du niveau de vie. La volonté d'expliquer le progrès technologique a donné lieu à un courant de pensée plus large, connu sous le nom de la théorie de la croissance endogène (Lucas, 1988; Martin et Sunley, 1998). Cette théorie (qui en regroupe en fait plusieurs, semblables en leurs principes, mais qui diffèrent dans leur façon d'endogénéiser le progrès technologique) postule que le niveau de croissance (d'un pays) serait fixé de manière endogène par l'accumulation de capital physique, de capital humain et de savoir-faire technologique.

Bref, il est indéniable que les théoriciens ont, au cours des cinquante dernières années, intégré à leurs modèles l'idée que le revenu des individus, ainsi que la croissance des pays, serait en partie attribuable au capital humain. Des observations empiriques semblent bien démontrer que la croissance des pays (Barro et Lee, 2000; Romer, 1989), ainsi que le revenu des individus (Constantinos et West, 1991) sont corrélés avec leur niveau d'éducation (moyen et individuel respectivement). La théorie du capital humain explique le lien causal entre revenus individuels et capital humain, et la théorie de la croissance endogène (ainsi que les écrits de Lewis, 1955, et de Schultz, 1959, pour ne nommer que ces deux-là) explique les liens causaux au plan des pays.

Cependant, il existe un autre bagage théorique qui semble aller à l'encontre de ces constats empiriques. En effet, les théories de la croissance régionale mettent l'accent sur la mobilité des travailleurs. Ceux-ci se déplacent afin de maximiser leurs revenus: ils vont donc vers les lieux où les salaires sont les plus élevés (Courchene, 1986; Dicken et Lloyd, 1990). Le capital humain ne bénéficierait donc pas nécessairement aux lieux où il se trouve, même s'il bénéficie aux personnes qui l'incarnent: ces personnes sont mobiles, et la théorie du développement régional postule qu'elles

auront tendance à migrer vers les lieux qui offrent le maximum de possibilités. Au plan empirique, il est bien vérifié que non seulement les personnes sont mobiles, mais que les personnes les plus éduquées et les plus à même de tirer partie des possibilités sont les plus mobiles (Cousineau et Vaillancourt, 1987).

Il existe cependant deux points de vue quant aux conséquences de ces mouvements de migration. Le premier avance que l'afflux de personnes fera baisser les salaires (par le jeu de l'offre et de la demande), et que les hauts salaires auront tendance à faire partir les employeurs vers les lieux de bas salaires: la migration ne serait donc qu'un phénomène d'équilibrage à court terme (Courchene, 1986). Le deuxième avance que des processus cumulatifs sont mis en branle par la migration: la concentration de travailleurs (et surtout de travailleurs qualifiés) mène, certes, à des hausses de salaires, mais aussi à des processus d'agglomération (échanges d'information, innovation, division du travail, partage des infrastructures). Ces processus font en sorte que d'autres migrants seraient attirés, et un processus cumulatif de croissance aurait lieu (Myrdal, 1959; Kaldor, 1970; Krugman, 1995).

Or, ces processus de migration ne sont pas tout à fait compatibles avec les résultats empiriques de Romer (1989) et de Lucas (1988), basés sur les processus de croissance endogène. En effet, si l'on tient compte de la migration, un stock de capital humain local n'aura pas toujours l'effet de croissance escompté (pour un lieu donné), dans la mesure où ce stock n'est pas nécessairement un attribut du lieu.

Ces théories et observations peuvent être conciliées dès lors que l'on tient compte du fait que (Romer, 1989; Lucas, 1988) la plupart des théoriciens de la croissance économique ont pris pour unités d'observation les pays. À l'échelle d'un pays, il n'est pas abusif de supposer que le stock de capital humain soit assez constant à court et moyen terme, et tende à augmenter avec les investissements en formation. Pour un pays donné, on peut faire l'hypothèse que son capital humain lui est propre, qu'il s'agit de l'un de ses attributs. Un raisonnement économique basé sur les notions de «stock» et d'«investissement» est donc possible. De même, si l'on transpose au plan de l'individu: pour une personne, son savoir-faire lui est propre, ainsi, un «stock» de capital humain et un «investissement» font du sens. Mais lorsqu'il s'agit d'une région ou d'une ville, ce n'est pas le cas: il existe une grande mobilité de gens au sein d'un pays, particulièrement en ce qui concerne les personnes qualifiées. Les investissements d'une région en capital humain peuvent bénéficier à une autre, et le stock d'une région peut avoir tendance à s'effriter si une autre région est plus attrayante (Cousineau et Vaillancourt, 1987).

Plusieurs chercheurs ont étudié les corrélations entre niveaux d'éducation et croissance urbaine (par exemple Simon, 1998; Shearmur, 1998), et des corrélations existent entre ces deux phénomènes. Cependant, compte tenu de la question de la migration, il est très difficile d'y associer des relations de cause à effet. Simon (1998), tout en admettant cette difficulté, conclut que le capital humain est un facteur de croissance d'emploi dans les métropoles aux États-Unis: or, son raisonnement est quelque peu circulaire car il se penche vers cette interprétation parce que celle-ci est compatible avec la théorie du capital humain, théorie qu'il tente justement de corroborer avec ses analyses. Shearmur (1998), qui analyse le lien entre capital humain et croissance pour des secteurs économiques désagrégés, note que le lien qui existe entre croissance d'emploi et capital humain semble correspondre à la théorie du capital humain durant les années 1980 (ce sont les industries «basiques» qui croissent plus rapidement dans les agglomérations à fort capital humain), mais que ce lien semble plutôt correspondre à un effet de consommation au début des années 1990 (ce sont les secteurs du commerce de détail et du loisir qui croissent plus rapidement dans les agglomérations à fort capital humain durant cette période).

Une autre dimension importante qui rend problématique l'interprétation des liens de causalité à l'échelle des villes est celle des effets d'agglomération: en effet, la forte covariation du niveau d'éducation et de la taille urbaine fait en sorte que le niveau d'éducation pourrait agir comme une variable intermédiaire. En d'autres termes, il se pourrait bien que les grandes villes attirent le capital humain, et que les grandes villes croissent plus vite. Mais une corrélation entre capital humain et croissance n'indiquerait pas un effet de causalité: elle ne ferait que refléter le fait que les effets d'agglomération inhérents aux grandes villes agissent de la même manière sur le capital humain et la croissance.

En somme, il existe de solides raisons théoriques et empiriques pour questionner toute extension directe des théories du capital humain et du développement endogène aux agglomérations et aux régions. Sans prétendre que ces approches du développement ne peuvent rien nous apprendre sur la croissance des petites économies ouvertes, la grande mobilité du capital humain et l'existence d'effets d'agglomération (mobilité et effets qui agissent pas ou peu à l'échelle nationale) font en sorte qu'il est dangereux de supposer que ces théories sont applicables à l'échelle urbaine et régionale, sans modifications. En gardant à l'esprit ces réserves, nous nous tournons maintenant vers les théories de Florida.

1.2. L'aristocratie du savoir et sa mobilité

Pour revenir aux thèses de Florida, il est indéniable que ce dernier se place dans la tradition des écrits sur le capital humain (Florida, 2001; Gertler *et al.*, 2002), et dans la mesure où il se limiterait à cette théorie, son approche serait moins ouverte aux critiques (Glaeser, 2004). Cependant, il y apporte deux modifications qui sont fondamentales, et dont les conséquences sont lourdes. Ces deux modifications sont l'utilisation des notions de « talent » et de « classe créative » (plutôt que la notion de capital humain), et la transposition de ces idées – développées aux échelles nationales et individuelles – vers l'échelle urbaine et régionale.

La nouvelle aristocratie du savoir

La première modification est d'ordre sémantique, mais elle est lourde de conséquences. Florida (2001; 2002); Gertler et al. (2002) ne parlent plus de capital humain, ils parlent de «talent» et de «créativité». Le but déclaré de ce changement de vocabulaire est de s'éloigner d'une vision trop restrictive de ce qui constitue le capital humain. En effet, le capital humain a souvent été assimilé – pour les individus ainsi que pour les pays – à la scolarisation et aux connaissances reconnues formellement. Cependant, dans le cadre même de la théorie du capital humain, il est bien reconnu que des «savoir-faire» plus informels sont aussi importants, et ceux-ci sont intégrés à la réflexion même s'ils sont souvent difficiles à saisir empiriquement (Livingstone, 1997; 1999). Mais un aspect crucial du concept de capital humain est que celui-ci peut être augmenté par l'investissement (Ray, 1998). Autrement dit, tout individu (par le biais de l'expérience ou de la formation) et tout pays (par le biais de son système d'éducation ou de formation) peuvent en théorie augmenter leur capital humain. Le concept est donc fondamentalement démocratique dans le sens où, a priori, personne n'en est exclu.

Florida (2002), par contre, parle d'une «classe créative» constituée de personnes «talentueuses». Ce vocabulaire reprend des termes à connotation très exclusive. La «classe créative» doit nécessairement se constituer en opposition à une «classe non créative». Cette autre classe – qui selon Florida comprend à peu près 70% de la population – est laissée pour compte dans sa théorie. De manière peut-être plus pernicieuse, la notion de «classe» renvoie évidemment aux intérêts de cette classe – intérêts que Florida encourage les villes et municipalités à promouvoir. Le message qu'il véhicule auprès des décideurs municipaux est que les villes et régions doivent modifier leurs politiques locales, leur aménagement et leurs dépenses afin de satisfaire les préférences (en termes de style de vie) de cette classe créative. Étant donné que cette classe comprend par définition les personnes

les mieux nanties de la nouvelle économie, l'aristocratie du savoir, le message revient alors à dire qu'il faut que les municipalités contribuent à renforcer les avantages de leurs élites.

Le mot «talent» n'est pas neutre non plus. Un «talent» est en règle générale considéré comme un don, une chance. Oui, un pianiste «talentueux» (par exemple) aura sans doute beaucoup travaillé pour perfectionner ce talent, mais au départ son talent est – au moins dans le langage courant – un don de la nature. Or, Florida insiste sur l'importance primordiale du «talent» qui, à la grande différence du capital humain, ne s'acquiert pas (ou peu). En plus de l'élitisme déjà évoqué, on pourrait (en exagérant un peu) argumenter que le message de Florida relève, bien malgré lui, du darwinisme social: certaines personnes sont nées chanceuses (avec du talent), et les politiques municipales devraient promouvoir les intérêts et désirs de ces personnes. C'est donc – dans une perspective spencerienne – un moyen de renforcer la sélection sociale naturelle (Spencer, 1857)².

Il va sans dire que ces critiques de Florida vont à l'encontre de sa propre perception de ses idées, qu'il revendique comme étant issues d'une tradition libérale (Florida, 2004). Il fait état de certaines critiques à l'égard de ses idées, critiques qu'il considère comme étant de deux sortes. D'une part, il y a des critiques d'ordre culturel, critiques qui tournent souvent autour de son indice gai (qui met en avant le lien entre tolérance et présence de communautés gaies), de l'indice bohémien (qui met en avant l'importance de l'originalité pour l'innovation), et de la notion de classe créative qui est parfois perçue comme excluant les hommes et femmes d'affaires qui «travaillent dur pour faire tourner l'économie». Ces critiques relèvent surtout d'un clivage qui existe aux États-Unis entre une culture traditionnelle et populiste et une culture plus urbaine et multiculturelle (Frank, 2005): elles ne correspondent pas aux arguments que nous soulevons, et Florida (2004) s'en défend bien. Nous ne nous lancerons pas dans ce débat.

D'autre part, il y a des critiques qui se penchent plutôt sur l'élitisme (avoué ou latent) de la théorie de la classe créative (Florida, 2004). Celles-ci vont dans le sens des arguments présentés ici. Florida s'en défend de deux manières: d'abord, selon lui, l'attraction des «talents» finira par bénéficier à tout le monde, car l'ensemble de la population bénéficierait de la croissance

^{2.} Florida irait même plus loin que Spencer, car Spencer était contre l'intervention des gouvernements pour aider les plus démunis: cependant, il ne prônait pas directement les interventions pour aider les mieux nantis!

urbaine. Ensuite, il prétend être bien conscient du fait que la créativité existe dans toutes les classes et dans tous types d'occupations. Cependant, ces deux réponses ne sont pas suffisantes pour réfuter les arguments soulevés.

L'idée que tout le monde bénéficiera du succès de l'élite créatrice renvoie à l'approche économique de Ronald Reagan, qui a souvent parlé du «trickle down effect»: selon cette manière de comprendre le fonctionnement de l'économie, il est nécessaire d'éliminer toutes les entraves réglementaires à l'enrichissement (impôts progressifs, taxes sur l'héritage, contrôle des conditions de travail, etc.) car, en fin de compte, l'enrichissement des classes aisées finira par entraîner l'ensemble de la société vers le haut. Hormis l'écart croissant entre riches et pauvres aux États-Unis, surtout depuis le début des années 1980 (Schulter, 1998), la théorie du «trickle down» – qui s'apparente plutôt à une plateforme politique qu'à une théorie économique – ne semble pas validée. De même, rien ne permet d'affirmer que la prospérité d'une ville ou d'une région bénéficie à toutes les personnes qui y vivent: bien au contraire, la croissance économique met souvent de la pression sur le prix du foncier, ce qui a pour effet de rendre l'accès au logement plus difficile pour les personnes moins aisées. La congestion et la pollution accrues qui accompagnent la forte croissance ont souvent aussi pour premières victimes les résidents des quartiers les moins favorisés. L'étude de la distribution des retombées économiques de la croissance mérite un programme de recherche en soi, et les affirmations de Florida à cet égard sont pour le moins prématurées.

Le deuxième argument dont se prévaut Florida est que la créativité existe dans toutes les classes sociales et dans toutes les professions. Selon Florida (2004), sa théorie de la classe créative ne ferait que souligner que la créativité est à la base de toute croissance économique. Si sa théorie se limitait à cela, alors elle serait à la fois banale et inoffensive. Mais la théorie de la classe créative va bien plus loin, et Florida prétend pouvoir identifier une classe créative à partir des classifications professionnelles. Dans son rapport sur Montréal (Stolarick et al., 2005), il décrit l'économie du secteur créatif selon la formule TAPE: Technologie et innovation; Arts et culture; Professionnels et gestionnaires et Éducation et formation. Ces regroupements professionnels ne laissent pas beaucoup de place aux personnes qui n'étaient pas présentes au dîner du 27 janvier! De manière plus sérieuse, ce n'est pas parce que Florida (2004) reconnaît l'existence de la créativité à tous les niveaux et dans toutes les occupations que ses prescriptions en matière de politique publique – ni même ses analyses – en tiennent compte. Dans les faits, les politiques municipales qui sont tirées des théories de Florida ont pour effet de promouvoir l'attraction et la rétention des élites, souvent aux dépens d'autres actions plus concrètes et moins visibles (Donald, 2001).

La question de la mobilité

La théorie du capital humain, nous l'avons vu, a été développée à deux échelles: à l'échelle individuelle (où les observations démontrent qu'il y a un lien entre revenus et capital humain) et à l'échelle des pays (où les régressions montrent qu'en prenant l'ensemble des pays – ou au moins un grand nombre d'entre eux –, il existe un lien entre leur taux de croissance et le niveau d'éducation de la population). Sans remettre en question ni l'une ni l'autre de ces observations, nous avons vu qu'il ne s'ensuit pas nécessairement que la relation entre capital humain et croissance existe à l'échelle régionale et urbaine. La migration et les effets d'agglomération sont des facteurs dont on ne peut pas faire abstraction.

Toute la théorie de Florida repose sur l'idée que l'attraction de personnes bien dotées en capital humain entraînerait de la croissance au sein de la région ou de la ville qui y réussit. Mais les théories de la croissance régionale semblent indiquer l'inverse: que la motivation économique de la migration est le différentiel de possibilités et de salaires entre la région de départ et celle d'arrivée. Cette théorie correspond aussi à certains faits: qu'il s'agisse de migrants venant d'un pays en voie de développement vers un pays occidental, ou de Canadiens migrant vers les États-Unis, la motivation de ces migrants est souvent semblable. Ils sont attirés vers la vie meilleure qu'ils auront dans l'autre pays: autrement dit, ce serait le fait qu'il y ait une richesse plus grande (ou de meilleures perspectives de richesse) dans un autre pays qui motiverait la migration. En termes de causalité, ce serait donc la richesse ou la croissance qui attirerait le capital humain (nous y reviendrons dans la section empirique). Ce que nous pouvons constater entre pays (entre lesquels la migration est tout de même difficile) est d'autant plus vrai entre régions. Cela va à l'encontre des thèses de Florida qui maintiennent l'inverse - que c'est l'attraction du capital humain qui serait génératrice de croissance.

Bien sûr, la thèse de Florida repose sur la notion que l'aristocratie du savoir est mobile: selon lui, les villes et régions doivent tout faire pour les attirer. Mais il est alors problématique d'appliquer les notions tirées des théories de croissance endogène, notions qui partent du principe que c'est le stock (endogène) de capital ainsi que la capacité (endogène) de former les gens qui seraient des facteurs de croissance.

La question de causalité est au cœur de la thèse de Florida, et cette question est celle qui pose le plus grand problème théorique. Selon Florida, c'est le fait d'attirer l'aristocratie du savoir vers une agglomération ou une région qui engendrera de la croissance. Il justifie cette direction de causalité en se basant sur les idées tirées de la théorie de la croissance endogène et en regardant les corrélations qui existent entre la présence (et la croissance)

de cette aristocratie et la croissance (d'emploi, mais aussi de revenus). Or, sur la base des motivations sous-jacentes aux flux de migration et sur la base des théories de la croissance régionale, ces mêmes corrélations pourraient être interprétées de manière opposée: l'aristocratie – bien informée et plus mobile que la population moyenne – se déplacerait vers les endroits les plus «rémunérateurs» (Angell, 2001).

Il est difficile de démêler ces effets de causalité. Mais il est certainement abusif de conclure que c'est l'arrivée de l'aristocratie qui entraîne la croissance, sans au moins reconnaître que nous sommes en présence d'une causalité qui est sans doute circulaire et cumulative³, et donc compatible avec les théories de l'agglomération et de la croissance régionale (Myrdal, 1959; Kaldor, 1970; Krugman, 1995).

Un aspect secondaire de la théorie de Florida – une fois postulé que c'est l'attraction de « talents » qui créerait la croissance – est celui des facteurs qui attireraient ces « talents ». Selon lui, c'est l'offre d'un certain mode de vie, et surtout d'infrastructures de loisirs et de culture, qui attireraient la classe créative. Dès lors qu'il met en valeur l'importance de la culture comme moteur de croissance économique, il est aisé de comprendre pourquoi les acteurs du milieu culturel se sont vite ralliés autour de ses théories. Il est aussi facile de percevoir les difficultés politiques inhérentes à la remise en question publique d'une théorie qui est populaire dans ce milieu très visible. Or, le lien entre culture et croissance serait (même si on prend à la lettre les théories de Florida) très indirect: selon lui, les «talents» créent la croissance, et ce qui attire les «talents» c'est – parmi beaucoup d'autres facteurs de style de vie – la présence locale d'activités culturelles.

Nous avons déjà vu que la direction de la causalité qui lierait talent et croissance n'est sans doute pas celle prônée par Florida: au strict minimum, il faut reconnaître que la causalité fonctionne dans les deux sens. L'hypothèse que la culture serait un facteur de croissance économique est tout aussi douteuse. En effet, il est fort probable qu'une étude historique démontrerait que la culture se développe dans des villes et régions (comme, par exemple, Florence au xve siècle) où il existe familles et secteurs économiques prospères (comme, par exemple, les Médicis), ayant les moyens d'investir dans ce luxe. Nous ne sommes pas en mesure de démontrer,

^{3.} Le fait que cette croissance soit cumulative veut dire qu'une fois le processus lancé, il est difficile de l'arrêter. Il se peut donc que les premières villes ayant essayé d'attirer le «talent» aient effectivement réussi à générer de la croissance, croissance qui entraînera de la croissance supplémentaire. Les villes qui n'ont pas ce «first-mover advantage» ne profiteront pas de politiques visant à attirer le «talent».

dans ce court chapitre, que la culture tend à s'épanouir dans des régions et villes prospères: mais nous pensons que nous avons là une hypothèse bien plus plausible que celle proposée par Florida.

Finalement, et avant de nous tourner vers quelques résultats empiriques, il faut noter que Florida offre une recette de développement unique. Or, il est évident que même si certaines villes et régions parviennent à tirer leur épingle du jeu en misant sur l'économie du savoir et l'attraction de «talents», toutes les villes et les régions n'y parviendront pas (voir note 2). Heureusement, comme l'a bien fait ressortir Lewis dans les années 1950, et comme le font ressortir les études actuelles sur les milieux innovants (Cooke et al., 2004), le développement économique est fort complexe et peut reposer sur une multitude de facteurs et de combinaisons de facteurs, tangibles et intangibles. Ce qu'offre Florida pour l'aristocratie du savoir (en gros, le tapis rouge) ressemble étrangement à ce qu'offrent régions et pays pour attirer les multinationales (baisse des impôts sur les entreprises, soutien à la recherche et au développement). Cette course effrénée aux transferts vers les classes et entreprises les plus prospères (la «corporate» ou «talent welfare4»), n'est pas une solution à long terme aux problèmes très réels d'équité et de polarisation que soulève la mobilité accrue des facteurs de production dans la nouvelle économie.

2. Quelques résultats empiriques

Nous avons jusqu'à présent émis des critiques sur la théorie de la classe créative, et notamment sur deux aspects de cette théorie. D'une part, ses connotations élitistes, qui sont bien loin des concepts relativement démocratiques qui sous-tendent la théorie du capital humain. D'autre part, la confusion qui semble exister dans les théories de Florida entre l'importance, pour la croissance, du stock et de la formation locale de capital humain (notions qui sont en accord avec les théories du capital humain élaborées à l'échelle des individus et des pays), et l'existence de flux très importants de capital humain, entre régions et agglomérations au sein d'un pays (très souvent motivés par des différentiels de revenu et de perspectives économiques).

^{4.} Le terme «corporate welfare» a souvent été utilisé pour désigner les subventions importantes que les grandes entreprises obtiennent de tous les niveaux du gouvernement afin de s'implanter dans tel ou tel lieu. Le «talent welfare» désignerait donc les mêmes types de subventions au style de vie que Florida propose pour attirer la nouvelle aristocratie du savoir.

Sans pouvoir trancher le débat qui entoure la causalité – le «talent» est-il attiré par les hauts revenus, ou les hauts revenus sont-ils générés par le «talent»? –, certains de nos résultats récents nous permettent d'y voir un peu plus clair.

2.1. Les facteurs de croissance locale au Canada

Il ne sera pas possible, ici, de présenter l'ensemble du raisonnement qui est sous-jacent aux deux modèles de croissance urbaine qui vont être décrits ci-dessous. Ces deux modèles reposent sur les travaux de Polèse et Shearmur (Polèse et Shearmur, 2002; Shearmur et Polèse, 2004, 2005), et ont pour unités d'analyse les 152 agglomérations de plus de 10 000 personnes au Canada⁵. Le raisonnement théorique qui mène à l'inclusion des diverses variables ne va pas être repris ici, mais il faut noter que les modèles ont pour principe que la croissance locale s'explique de diverses manières. D'abord, des facteurs géostructurels (l'économie régionale, la distance par rapport aux grands marchés, l'histoire du développement régional) expliqueraient la croissance, d'où l'inclusion des deux systèmes de classification géographique (régions et métropole, centre, périphérie). Ensuite, diverses théories comme celles de l'agglomération (d'où inclusion de la taille urbaine), de la diversification économique (d'où un indice de spécialisation), et du capital humain (d'où inclusion du niveau d'éducation initial et de la croissance du niveau d'éducation) expliqueraient aussi la croissance. Finalement, du point de vue de l'emploi, les bas coûts (représentés par les salaires) seraient attrayants pour les entreprises, et certaines structures industrielles seraient plus propices à la croissance que d'autres (d'où une classification des structures industrielles). Ces modèles reprennent donc une série d'explications possibles de la croissance, et ne se restreignent pas à isoler une seule théorie.

Le premier modèle du tableau 4.1 a pour variable dépendante la croissance d'emploi, et le deuxième la croissance des salaires entre 1996 et 2001. Pour l'emploi, le modèle explique 62 % de la variance de la croissance. Les variables géostructurelles ont une valeur explicative élevée: en fait, durant cette période, le meilleur prédicateur de croissance est le fait

^{5.} Les données analysées sont tirées des recensements de 1996 et 2001 pour les modèles de croissance, et de 1981, 1986, 1991, 1996 et 2001 pour les données de recensement. Il faut noter que pour les données de migration, nous n'avons les données que pour 136 agglomérations. Pour ce modèle, seules les agglomérations au sud du 55º parallèle ont été analysées: huit agglomérations ont été omises pour cette raison, et huit ont été omises pour des raisons de découpage.

Tableau 4.1 Croissance dans le système urbain canadien, 1996-2001

	Variable	dl	F	Pr > F	Coeff.
Variable dépendante: croissance de l'emploi entre 1966 et 2001					
Classification des villes en six régions canadiennes	reg	6	6,81	<0,0001	-
Classification des villes en métro, centre, périphérie	cent	2	10,69	<0,0001	_
Log de la population en 1996	lp96	1	0,13	0,717	0,00
Pourcentage de la population détenant un diplôme en 1996	pg96	1	0,54	0,464	0,19
Croissance des diplômés entre 1996 et 2001	pg9601	1	8,60	0,004	2,13
Indice de spécialisation économique	sp96	1	1,40	0,239	-0,02
Salaire moyen en 1996	sal96	1	1,24	0,267	-0,09
Classification des structures industrielles	cl96	7	3,93	0,001	_
R ₂	0,62 $n = 152$ agglomérations				
Variable dépendante: croissance des salaires entre 1966	et 2001				
Classification des villes en six régions canadiennes	reg	6	6,46	<0,0001	_
Classification des villes en métro, centre, périphérie	cent	2	1,57	<0,211	-
Log de la population en 1996	lp96	1	0,37	0,546	0,00
Pourcentage de la population détenant un diplôme en 1996	pg96	1	2,65	0,106	0,21
Croissance des diplômés entre 1996 et 2001	pg9601	1	6,94	0,009	0,95
Indice de spécialisation économique	sp96	1	0,37	0,544	0,00
Salaire moyen en 1996	sal96	1	7,22	0,008	-0,11
Classification des structures industrielles	cl96	7	2,45	0,021	_
R_2 0,53 $n = 152$ agglomérations					

d'être une métropole de plus de 500 000 habitants ou d'être localisé dans un rayon d'environ 100 km d'une de ces dernières. En somme, c'est l'accès aux marchés, aux infrastructures de transport et à la diversité des services que l'on trouve dans les grandes métropoles qui semble être le facteur de croissance d'emploi le plus important. La taille urbaine *locale* et la diversité *locale* (celles propres à chaque agglomération) ne sont pas, quant à elles, significativement associées à la croissance d'emploi. La structure industrielle locale est assez fortement associée aux différences de niveau de croissance d'emploi.

Si l'on regarde le modèle de croissance des salaires, les résultats sont semblables, sauf que la centralité ne semble plus être un facteur de croissance. Par contre, les salaires ont tendance à croître plus rapidement dans des zones à plus bas salaires. Le modèle explique un peu moins bien la croissance des salaires ($r_2 = 0.52$) que la croissance d'emplois.

En ce qui concerne les variables portant sur l'éducation, elles ont le même comportement dans les deux modèles. D'après la théorie du capital humain, nous nous attendrions à ce que le stock initial de capital (représenté par le pourcentage de diplômés) soit un facteur important de croissance. Or, il n'en est rien: le pourcentage initial de diplômés n'explique pas la croissance dans le système urbain canadien. D'autres résultats (qui ne seront pas présentés ici) démontrent que durant la période 1971 à 2001, c'est seulement durant les années 1980 que la proportion initiale de diplômés semblait être un facteur de croissance (Shearmur et Polèse, 2004, 2005).

Ces modèles ont été estimés dans la procédure SAS GLM, qui permet d'intégrer des variables de classification et des variables continues. Seuls les coefficients de régression des variables continues sont indiqués.

Par contre, il y a un lien marqué entre *l'augmentation* du pourcentage de diplômés et la croissance. Cela semble renvoyer aux théories de Florida, car selon lui c'est l'attraction du «talent» qui devrait être au cœur des stratégies de développement des villes.

Cependant, pour interpréter ces résultats dans ce sens, il faut imputer à ces corrélations une direction causale: un simple lien statistique entre croissance du pourcentage de diplômés et croissance n'implique pas de relation de cause à effet. Est-il plausible d'imputer une partie de la croissance des agglomérations à l'arrivée des diplômés? Ou est-il plus raisonnable de penser que les personnes éduquées et mobiles, qui sont aussi les mieux informées des tendances économiques et des chances d'emploi, ont tendance à se déplacer vers les lieux où il y a de la croissance (et où elles

pourront donc augmenter leurs revenus)? Dans la section suivante, nous présentons des résultats portant sur les flux migratoires des diplômés qui nous permettent de répondre en partie à ces questions.

2.2. La migration et l'attraction des talents

Nous venons de voir que le lien entre présence initiale de capital humain et croissance locale n'est pas généralisable. Par contre, nous avons constaté que la croissance et l'augmentation de capital humain ont lieu aux mêmes endroits. Afin d'essayer de mieux en comprendre la causalité sous-jacente, une dernière question sur laquelle nous nous penchons est celle de la migration des personnes «éduquées».

Nous avons analysé les flux de migration au Canada vers les grandes agglomérations canadiennes (Polèse et Shearmur, 2005). La figure 4.1 présente ces flux (exprimés en tant que pourcentage des diplômés de la ville d'accueil en début de période), et leur évolution sur quatre périodes entre 1981 et 2001. Nous voyons que les flux nets de diplômés sont très importants vers Toronto, Vancouver et Ottawa, sont très modestes vers Montréal, Winnipeg et Québec, et sont en progression vers Calgary et Edmonton. Or, Florida, dans son rapport sur Montréal, insiste beaucoup sur l'attractivité de cette métropole – et surtout sur son dynamisme culturel – pour le «talent»: nos résultats contredisent ses conclusions. À la lecture de cette figure, il semble bien plus raisonnable de conclure que les flux de diplômés tendent à augmenter avec la santé économique: Calgary et Edmonton, qui connaissent un «boom» pétrolier depuis le milieu des années 1990, ont tous deux vu croître très rapidement leurs flux nets de diplômés. Vancouver, dont l'économie a connu des difficultés importantes à la fin des années 1990 (difficultés liées aux marchés de matières premières et à la crise économique orientale), a vu baisser ses flux. Les flux vers Toronto et Ottawa ont connu des baisses au début des années 1990, baisses qui sont contemporaines de la récession sévère qui a touché les secteurs financiers et gouvernementaux, et ont rebondi vers la fin des années 1990 avec le «boom» économique qui a surtout bénéficié aux manufacturiers de haute technologie (Ottawa) et aux services supérieurs (Toronto).

Il est donc clair, à la lecture de cette figure, que les flux de migrants universitaires varient au gré des aléas économiques. Même si nous ne pouvons pas trancher formellement sur les liens de causalité, il n'est tout simplement pas plausible d'attribuer le «boom» pétrolier albertain ou la résurgence des emplois du secteur financier de Toronto à l'arrivée de personnes diplômées. Bien au contraire, ces dynamiques économiques, tributaires de la structure économique de ces agglomérations et des conditions économiques globales, *appelleraient* des diplômés. Ces derniers ont bien

compris les occasions que génèrent les milieux économiques de ces agglomérations, et ils réagissent en conséquence. À l'opposé, lors de périodes plutôt difficiles (fin des années 1990 pour Vancouver, début des années 1990 pour Ottawa et Toronto, années 1980 pour Calgary), le «talent» n'afflue pas. Les flux de «talent» ne seraient donc pas la cause des variations économiques, mais leur conséquence.

Pour conclure, nous allons tester une dernière hypothèse de Florida, soit celle concernant le rôle que jouerait la culture dans l'attraction des diplômés. Est-il possible que les flux de migrants diplômés s'expliquent par la présence d'activités culturelles dans les agglomérations? Afin de répondre à cette question, nous avons estimé un modèle de régression pour les flux nets de diplômés universitaires vers les agglomérations canadiennes (Polèse et Shearmur, 2005). Durant la période 1996 à 2001 (tableau 4.2), 31% de la variance de ces flux nets (exprimés en pourcentage de la population initiale de diplômés) s'explique par des variables géostructurelles et par la taille urbaine. Les flux de diplômés se dirigent donc très clairement vers les plus grandes agglomérations, et plutôt vers l'Alberta, la Colombie-Britannique, et les petites villes situées à proximité des métropoles.

L'ajout d'une variable qui mesure l'offre culturelle (la concentration locale d'emplois culturels) n'a aucun effet sur le modèle: les diplômés ne sont donc pas particulièrement attirés par l'offre culturelle. Par contre, les flux de diplômés universitaires ont tendance à être plus importants vers les agglomérations qui n'ont pas d'université en leur sein! Loin d'être un facteur attractif, la présence d'universités est répulsive pour les diplômés. Cela est tout à fait logique, car les universités produisent des diplômés qui se dispersent ensuite sur l'ensemble du territoire.

Pour en revenir à Florida, nos résultats vont clairement à l'encontre de ses théories. Une fois que l'on introduit certaines variables simples de contrôle pour les effets géostructurels, pour la structure économique et pour la taille urbaine, la présence de «talent» ne semble pas particulièrement liée à la croissance d'emplois ni à la croissance de salaire. De plus, les diplômés semblent être attirés par les grandes villes qui offrent de bonnes occasions (celles qui sont dans des phases de croissance), et la présence d'activités culturelles n'a aucun effet sur les flux.

Ces résultats ne démontrent pas que les processus décrits par Florida ne se présentent jamais. Par contre, ils démontrent clairement qu'on ne peut pas généraliser ses théories. Plutôt que d'ériger en règle générale un lien de causalité entre «talent», attraction de «talent» et croissance, il est plus prudent de dire que dans certains cas, on peut sans doute démontrer

Tableau 4.2 Flux nets de diplômés, 136* agglomérations canadiennes de plus de 10 000 habitants au sud du 55° parallèle, 1996-2001

Description de la variable	Variable	Coefficient	T	Pr > [t]
Constante		-0,595	-4,04	0,0001
Métropoles de plus de 500 000	AM	-0,042	-0,59	0,5531
Grandes villes proches des métropoles	ACA	-0,007	-0,20	0,8411
Petites villes proches des métropoles	ACB	0,090	3,73	0,0001
Grandes villes en périphérie	APA	0,058	-1,74	0,0841
Petites villes en périphérie	APB			
Alberta	AL	0,106	2,92	0,0041
Provinces atlantiques	AT	0,039	1,31	0,1941
Colombie-Britannique	ВС	0,086	3,13	0,0021
Ontario	ON	0,035	1,60	0,1121
Prairies	PR	0,033	1,07	0,2871
Québec	QC	0,000		
Log de la population		0,049	3,30	0,0011
	r_2	0,312		
	п	136		
Ajout de la concentration d'emplois culturels	QL culture	0,000	0,53	0,5956
Ajout de la concentration d'emplois universitaires	QL univ.	-2,261	-2,64	0,0092

^{*} Il est à noter que nous n'avons que 136 agglomérations à analyser (plutôt que 144), car les flux n'ont pas pu être ajustés à certains changements de limites géographiques entre 1996 et 2001. Nous avons dû agréger certaines observations afin d'avoir des frontières communes aux deux périodes.

un lien entre la croissance et le «talent», mais que dans d'autres, on ne le peut pas. Il est abusif pour Florida de prétendre qu'il a découvert la recette qui permettra aux agglomérations du XXI^e siècle de croître. Si son message était resté dans son livre et ses articles, cela n'aurait que peu de conséquences. Mais l'influence qu'ont ses idées auprès des décideurs municipaux – et, en particulier, auprès des décideurs de Montréal – est telle qu'il est important d'en démontrer les limites.

Conclusion

Les travaux récents de Florida ont pour grand mérite, comme le souligne Glaeser (2004), d'avoir suscité un débat public autour des facteurs et des politiques de croissance urbaine. Ce sujet fait rarement la une, et Florida s'en est fait l'ambassadeur. Sa théorie de la classe créative n'est pas dénuée de tout intérêt: elle repose à certains égards sur la théorie du capital humain, mais soulève aussi des questions très intéressantes concernant les limites de cette théorie lorsqu'on tente de l'appliquer aux petites économies ouvertes que sont les agglomérations et les régions. L'ouverture très grande de ces économies locales, et le fait que l'on attribue leur croissance à un des facteurs de production les plus mobiles (les «talents» ou le capital humain), fait en sorte qu'il est difficile de bien cerner les mécanismes de causalité qui lieraient ce facteur à la croissance d'une localité précise.

Malgré lui, Florida a exprimé sa théorie dans un langage à connotation très élitiste. Or, le choix des mots n'est pas sans conséquences, surtout lorsque l'on s'adresse à des décideurs politiques. Une théorie de la croissance des villes (mise en application par beaucoup de décideurs municipaux en Amérique du Nord) qui semble mettre en avant l'intérêt d'une élite – l'aristocratie du savoir – n'est pas une théorie neutre. L'auteur peut se défendre d'avoir voulu promouvoir une telle idée, mais il est fort probable qu'une partie du succès de sa théorie auprès des décideurs réside précisément dans sa justification de l'élitisme. La popularité de sa théorie auprès des milieux culturels, attribuable au fait qu'elle leur fournit des arguments économiques pour justifier l'importance de la culture, n'entrave sans doute pas, elle aussi, sa dissémination et sa crédibilité médiatique. Sans être des critiques fondamentales de la théorie elle-même, ces remarques soulèvent cependant des questions d'ordre politique qu'il est important de poser dès lors que l'on analyse les conséquences sur le terrain des divers rapports que Florida a remis aux décideurs municipaux.

Sur un plan plus fondamental, les théories de Florida ne sont pas vérifiées empiriquement au Canada si on les analyse à la lumière de théories de la croissance régionale. La dotation initiale en capital humain ou en «talent» ne prédit pas la croissance, ni de salaires, ni d'emploi. L'augmentation de cette dotation est corrélée avec la croissance urbaine: mais d'après notre analyse des flux de migration, l'augmentation de cette dotation serait plutôt un effet qu'une cause de cette croissance. La présence d'un milieu culturel développé n'est pas un facteur de croissance dans les agglomérations canadiennes.

Ces résultats empiriques pour le Canada montrent qu'il n'y a pas de règle généralisable qui associerait les «talents» à la croissance urbaine, ni le milieu culturel à l'attraction des «talents». Cela ne veut pas dire qu'il

n'existe aucun endroit au Canada où les mécanismes décrits par Florida seraient à l'œuvre: cela veut simplement dire que ces mécanismes ne fonctionnent pas partout et que la théorie de la classe créative – en autant qu'elle se veut générale – est fausse.

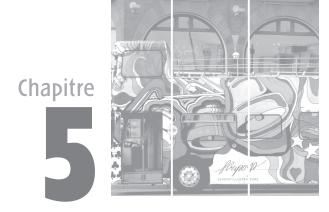
Il peut paraître évident que la croissance d'une agglomération est un phénomène complexe, à facettes multiples, et qu'aucun facteur unique ne saurait l'expliquer. Comme l'a fait remarquer Lewis (1955), il y a cinquante ans, il y a une multitude de facteurs - mesurables et non mesurables – qui contribuent à la croissance, et ces facteurs agissent parfois seuls, mais parfois en combinaison. Cette évidence semble avoir été oubliée par les édiles qui ont tenté de mettre en application les idées de Florida. Par contre, la croissance n'est pas un phénomène aléatoire: elle se distribue avec une certaine régularité sur le territoire, et cette régularité correspond aux phénomènes de métropolisation, d'accès aux marchés, et de trajectoire économique régionale. Les flux de migration, surtout ceux des personnes les mieux éduquées et informées, s'ajustent à ces régularités territoriales, mais aussi (à la marge) aux occasions locales du moment (d'où les corrélations observées entre augmentation du pourcentage de diplômés et croissance locale). Malgré les effets de rétroaction qui font que la causalité opère sans doute dans les deux sens, les analyses présentées ci-dessus tendent à confirmer qu'à l'échelle urbaine et régionale, les «talents» seraient plutôt attirés par le succès économique local que le contraire.

Références

- ANGELL, I. (2001). The New Barbarian Manifesto. How to Survive the Information Age, Londres, Kogan Page.
- BARRO, R. et J.-W. LEE (2000). «International Data on Educational Attainment Updates and Implications», *NBER Working Papers* 7911, National Bureau of Economic Research.
- BECKER, G. (1964). Human Capital, New York, Columbia University Press.
- CONSTANTINOS, C. et E.G. WEST (1991). «Measuring Returns from Education: Some Neglected Factors», *Canadian Public Policy*, 17 (2), p. 127-138.
- COOKE, P., M. HEIDENREICH et H.-J. BRACZYK (dir.) (2004). *Regional Innovation Systems: The Role of Governance in a Globalized World*, 2e éd., Londres, New York, Routledge.
- COURCHENE, T. (1986). «Le redressement régional, le système de transfert et le fédéralisme canadien», dans D. SAVOIE et A. RAYNAULD (dir.), Essais sur le développement régional, Montréal, Presses de l'Université de Montréal.
- COUSINEAU, J.-M. et F. VAILLANCOURT (1987). «Investing in University Education», dans W. COFFEY et M. POLÈSE (dir.), *Still Living Together*, Montréal, Institute for Research on Public Policy.

- DICKEN, P. et P. LLOYD (1990). Location in Space, New York, Harper & Row.
- DONALD, B. (2001). «Economic Competitiveness and Quality of Life in City Regions: Compatible Concepts?», Canadian Journal of Urban Research, 10 (2), p. 259-274.
- FLORIDA, R. (2001). «Technology and Tolerance: The Importance of Diversity to High-Technology Growth», *Centre on Urban and Metropolitan Policy*, Survey Series, Brookings Institution.
- FLORIDA, R. (2002). The Rise of the Creative Class, New York, Basic Books.
- FLORIDA, R. (2004). «Revenge of the Squelchers», *The Next American City*, 5, <www.americancity.org>.
- FRANK, T. (2005). What's the Matter with Kansas?, New York, Metropolitan Books.
- GLAESER, E. (2004). «Review of Richard Florida's Rise of the Creative Class», <post.economics.harvard.edu/faculty/glaeser/papers/review_florida.pdf>.
- GERTLER, M., R. FLORIDA, G. GATES et T. VINODRAI (2002). «Competing on Creativity: Placing Ontario's Cities in North American Context», *Ontario Ministry of Enterprise, Opportunity and Innovation and the Institute for Competitiveness and Prosperity*, <www.competeprosper.ca/research/CompetingOnCreativity_061202.pdf>.
- KALDOR, N. (1989), [1970]. «The Case for Regional Policies», dans F. Targetti et A. Thirlwall (dir.), *The Essential Kaldor*, New York, Holmes & Meier.
- KRUGMAN, P. (1995). Development, Geography and Economic Theory, Cambridge, MIT Press.
- LEWIS, W.A. (1955). The Theory of Economic Growth, Homewood, Irwin.
- LIVINGSTONE, D. (1997). «The Limits of Human Capital Theory: Expanding Knowledge, Informal Learning and Underemployment», *Options politiques*, juillet-août, p. 9-13.
- LIVINGSTONE, D. (1999). «Beyond Human Capital: the Underemployment Problem», *International Journal of Contemporary Sociology*, 36 (2), p. 163-192.
- LUCAS, R. (1988). «On the Mechanics of Economic Development», *Journal of Monetary Economics*, 22, p. 3-42.
- MARTIN, R. et P. SUNLEY (1998). «Slow Convergence? The New Endogenous Growth Theory and Regional Development», *Economic Geography*, 74, p. 201-227.
- MYRDAL, G. (1959). Théorie économique et pays sous-développés, Paris, Présence africaine.
- NELSON, R. et S. WINTER (1982). «An Evolutionary Theory of Economic Change», Cambridge, Harvard University Press.
- POLÈSE, M. et R. SHEARMUR (2002). «La périphérie et l'économie du savoir, INRS-UCS et ICRDR: Montréal et Moncton», <www.inrs-ucs.uquebec.ca/default.asp?p=res>.

- POLÈSE, M. et R. SHEARMUR (2005). «La production, l'attraction et la rétention des diplômés universitaires», Étude comparative de la région métropolitaine de Montréal et d'autres métropoles canadiennes et américaines, Montréal, INRS-UCS, <www.inrs-ucs.uquebec.ca/pdf/ProductionAttractionRetention.pdf>.
- RAY, D. (1998). Economic Development, Princeton, Princeton University Press.
- ROMER, P. (1989). «Human Capital and Growth: Theory and Evidence», NBER working paper no W3173.
- SCHULTER, C. (1998). «Income dynamics from Germany, the UK and the USA: Evidence from Panel Data», Working paper 8: Centre for Analysis of Social Exclusion, London School of Economics, <sticerd.lse.ac.uk/dps/case/cp/CASEpaper8.pdf>.
- SCHULTZ, T.W. (1959). «Investment in Man: An Economist's View», *The Social Service Review*, XXXIII (2), juin, p. 109-117.
- SHEARMUR, R. (1998). «A Geographical Perspective on Education and Jobs: Employment Growth and Education in the Canadian Urban System, 1981-1994», Revue canadienne de sciences régionales, 21 (1), p. 15-48.
- SHEARMUR, R. et M. POLÈSE (2004). «Do Local Factors Explain Local Employment Growth?: Evidence from Canada (1971-2001)», Meetings of the North American Regional Science Association International, Seattle, 11th-14th November 2004.
- SHEARMUR, R. et M. POLÈSE (2005). «La géographie du niveau de vie au Canada, 1971-2001», Montréal, INRS-UCS, 139 p.
- SIMON, C. (1998). «Human Capital and Metropolitan Employment Growth», *Journal of Urban Economics*, 43, p. 223-243.
- SOLOW, R. (1956). «A Contribution to the Theory of Economic Growth», *Quarterly Journal of Economics*, 70, p. 65-94.
- SPENCER, H. (1857). «Progress: Its Law and Causes», *The Westminster Review*, 67, p. 445-465, <www.fordham.edu/halsall/mod/spencer-darwin.html>.
- STOLARICK, K., R. FLORIDA et L. MUSANTE (2005). «Montréal, ville de convergences créatives: perspectives et possibilités», Catalyx, <www.culturemontreal. ca/pdf/050127_catalytix_fr.pdf>.



Cité créative et district culturel Des interrelations entre deux concepts?

Thomas Pilati et Diane-Gabrielle Tremblay

u cours des dernières années, de nouvelles théories ont attiré l'attention en ce qui concerne le développement local. Il s'agit de théories associées aux dimensions culturelles, artistiques ou créatives du développement local. L'économie du savoir ayant grandement transformé les approches traditionnelles du développement économique, les tenants des thèses sur l'économie du savoir considèrent que le «savoir» a remplacé les ressources naturelles et le travail physique comme outils de développement économique. Dans ce contexte, certains auteurs, dont Richard Florida (2002), soutiennent que les villes doivent se concurrencer pour attirer les talents, que les cités créatives sont les seules qui ont de l'avenir, ou encore qu'il faut développer les interactions et échanges de savoirs afin

de faire émerger des grappes industrielles ou *clusters* innovateurs. Le contexte de l'économie du savoir a en effet obligé les villes qui veulent demeurer compétitives à repenser leurs façons de faire, en allant vers les hautes technologies comme l'aéronautique, les biotechnologies et les technologies de l'information et de la communication (TIC), mais aussi de plus en plus vers les secteurs créatifs ou culturels (Tremblay et Tremblay, 2006; Tremblay et Pilati, 2008).

Ce chapitre apporte d'abord un éclairage sur les bases théoriques des thèses de la classe et de la cité créative, des thèses qui sont à l'origine de ce regain d'intérêt pour les dimensions culturelles et créatives de certaines initiatives de développement local. L'intérêt de mettre en avant les thèses des différents auteurs qui précèdent les études de Richard Florida, et qui traitent de la créativité en milieu urbain (Jacobs, 1961, 1992), est d'apporter une contribution sur les facteurs susceptibles d'être les plus importants afin qu'une ville puisse évoluer vers le modèle de lieu créatif et que les initiatives locales tiennent compte de cette nouvelle vision du développement.

Cela permet en effet d'observer les conditions qui permettraient de définir un modèle de planification urbaine centré sur la créativité et l'innovation. Ainsi, après avoir traité de la ville créative, nous traitons de la classe créative, puis des critiques apportées en regard de ces thèses. Puis, dans la dernière partie du chapitre¹, nous examinons une forme inédite d'organisation spatiale qui repose sur les thèses des districts, en nous intéressant notamment aux travaux italiens sur les districts culturels évolués de Pier Luigi Sacco (2006; Sacco et al., 2005a, b, etc.), qui contribuent à définir un modèle de planification du territoire axé sur l'innovation et l'intégration créative dans un contexte urbain. Nous exploitons donc les recherches et écrits réalisés en Italie sur ces thèmes, ce qui permet de faire connaître des travaux qui ne sont souvent pas accessibles en anglais ou en français et qui sont, de ce fait, relativement peu connus. À l'instar des travaux sur les districts industriels italiens, les thèses sur les districts culturels sont fort intéressantes dans le contexte de l'analyse des initiatives de développement local et permettent à notre avis de compléter la vision des travaux de Florida.

L'objet du chapitre est aussi d'illustrer la richesse des écrits sur l'importance de la créativité et de la culture, alors que l'on ne retient souvent que les écrits de Florida sur cette question, et que ceux-ci présentent une vision particulière, et limitée. Cela devrait permettre de mieux situer les

^{1.} Il s'agit ici d'une version légèrement remaniée de cet article: T. Pilati et D.-G. Tremblay (2007). «Cité créative et District culturel; une analyse des thèses en présence», *Géographie, économie et société*, vol. 9, p. 381-401. Avec l'autorisation de l'éditeur, Georges Benko, que nous tenons à remercier.

travaux de Florida dans un contexte plus large, s'intéressant aux initiatives de plus en plus nombreuses de développement local, qui s'inscrivent dans une orientation culturelle ou créative du développement.

1. La créativité et la transformation de la ville : la ville créative

Dans cette section, nous allons tenter de faire un historique de différentes théories antérieures à celle de Florida sur la «ville créative» pour contribuer à la compréhension de la notion de créativité en milieu urbain. Il faut toutefois mentionner que les écrits qui traitent de ce sujet sont plutôt récents et se trouvent à la croisée de diverses disciplines telles que l'économie, la sociologie urbaine et la géographie urbaine. Ils sont tout de même importants et nous permettent de mieux situer les initiatives de développement local qui s'inspirent de ces dimensions culturelles et créatives.

Selon Masayuki Sasaki (2004), il faut remonter à l'époque du mouvement *Arts and Crafts* vers la fin du XIX^e siècle, et notamment à John Ruskin et à William Morris² pour retrouver les premiers auteurs à traiter des théories sur la créativité et de leur relation avec la ville ou le développement local. Ruskin soutient que l'État, à l'image du modèle patriarcal, doit bâtir une vie sociale ordonnée et heureuse. Selon lui, l'État doit encourager les échanges d'idées et former un volume important de créateurs et de génies, les éduquer ainsi que leur assurer une expérience en tant qu'apprenti artisan. Le modèle proposé par Ruskin présente une forte critique à l'égard de la vision économique, où l'individu est considéré comme simple *homo œconomicus* qui joue un rôle secondaire dans la transformation de la ville. Dans la vision culturaliste des deux auteurs, l'espace se modifie selon les besoins spirituels de l'individu et la communauté assume un rôle essentiel dans les expériences des villes, qui sont considérées comme des organismes complexes³.

^{2.} La philosophie de l'art est la démarche première de John Ruskin (1818-1900). Il critique l'architecture et l'aménagement urbain de son époque. Il fait par ailleurs l'éloge de la diversité de la ville et, selon lui, l'art est la «révélation d'une vérité transcendante, mais il exprime également la vitalité d'une société ». Pour William Morris (1834-1896), Ruskin «fut son maître spirituel ». Sa pensée fut dominée par l'idée de l'art et de la beauté ainsi que le lien avec ses théories sociales concernant l'idéologie culturaliste (Choay, 1965, p. 168).

^{3.} Le mot complexité apparaît souvent dans les discours concernant l'espace urbain. Selon Steven Johnson, dans son ouvrage Emergence, The Connected Lives of Ants, Brains, Cities, and Software (2001), il existe deux types de complexité pour décrire la ville. Une description comme excès sensoriel de la description que Walter Benjamin fait dans son œuvre inachevée Das Passagen-Werk (Passages de Paris,

Par la suite, le biologiste Patrick Geddes⁴, qui a été influencé par l'urbaniste anglais Ebenezer Howard, affirme non seulement la nécessité absolue de réintégrer l'homme concret et complet dans la démarche de planification, mais il se concentre aussi sur un aménagement de la ville de type «humaniste», dont l'idée est qu'un projet de création urbaine ne puisse échapper à l'abstraction que s'il est précédé d'une enquête «polistique⁵» portant sur l'ensemble complexe des facteurs qu'il met en jeu. L'auteur prévoit que le développement de cette méthode conduira à un éveil de la conscience urbaine à la renaissance civique. Lewis Mumford⁶ adaptera la pensée de son maître Geddes lorsqu'il parle de «fonction biologique et sociale des espaces libres ». Selon Mumford, la fonction fondamentale de la cité consiste à donner une forme collective, qui permette «le contact et la coopération d'un très grand nombre d'individus à la fois [...] Cette organisation doit permettre de favoriser le plus grand nombre de réunions, de rencontres, de compétitions entre des personnes et des groupes variés, de façon que le drame de la vie sociale puisse y être joué, acteurs et spectateurs échangeant tour à tour leur rôle» (Choay, 1965, p. 365).

À partir des années 1960, la sociologue urbaine Jane Jacobs⁷ s'efforce d'enrichir ces points de vue. Elle a été la première à parler de «villes créatives» dans son ouvrage, *The Death and Life of Great American Cities* (1961), de villes particulièrement innovantes, diversifiées et portées à l'improvisation. Pendant les années 1990, les recherches de Jacobs contribuent à modifier l'aménagement urbain de certains centres-villes en

- 2002), et complexité en tant que système d'autoorganisation de la ville, un ordre qui se réalise sans planification «top-down». Pour les théories concernant les systèmes complexes, voir : Steven Johnson (2001). *Emergence, The Connected Lives of Ants, Brains, Cities, and Software* et Waldrop (1992). *Complexity. The Emerging Science at the Edge of Order and Chaos*.
- 4. Patrick Geddes (1854-1932) est un biologiste, urbaniste et sociologue. Il s'intéresse à différents domaines (aux arts et lettres, à l'éducation et à la connaissance) en vue de clarifier les relations réciproques entre les diverses branches du savoir au profit de la vie humaine.
- 5. Le néologisme *polistique* est un terme provenant du grec qui garde la résonance politique de tout ce qui concerne la «polis» (Choay, 1965, p. 346).
- 6. Historien, sociologue et urbaniste, Lewis Mumford (1895-1990) critique ce modèle «technique» qui porte «à la rupture des continuités culturelles, la dénaturalisation des zones rurales, l'asservissement de l'homme à la machine [...]». Dans ses études, Mumford soutient une conception d'équilibre entre paysage naturel et paysage urbain (Choay, 1965).
- 7. Jane Jacobs (1916, Pennsylvanie-2006, Toronto) était une critique d'architecture et d'urbanisme. Ses recherches sur la ville étaient basées sur l'observation et son livre, The Death and Life of Great American Cities (1961), a eu un succès considérable.

Amérique du Nord, et elles inspirent plusieurs chercheurs dans la définition d'une nouvelle approche à l'égard des politiques de «gouvernance» du territoire et de développement d'initiatives locales.

Dans son ouvrage devenu classique, *Déclin et survie des grandes villes américaines* (1961), Jane Jacobs observe en particulier le milieu urbain de la ville en Amérique du Nord et les conditions qui influencent la diversité urbaine. Elle soutient que la diversité et les échanges d'idées jouent un rôle important pour la création d'une puissante et dynamique vitalité urbaine. Jacobs observe aussi que la perception des différentes réalités ethniques et économiques dans un contexte local est un avantage pour la communauté, la diversité étant source d'innovation. Elle parle d'un modèle d'espace culturel «autoreproductif», c'est-à-dire qu'il repose sur le principe du *«Learning by doing»*, principe selon lequel les échanges entre des individus de différentes cultures produisent une sorte d'effet de contagion et d'imitation⁸ et assurent la succession d'idées nouvelles.

Dans son rapport *Cities and ethics: An essay for Jane Jacobs* (1998), Glaeser, un économiste urbain, soutient que «les villes qui fonctionnent bien sont le lieu de la diversité culturelle et industrielle, [...] une diversité qui permet souvent d'emprunter et d'imiter » (Glaeser, 1998, p. 15) (traduction libre).

À l'échelle du quartier, ajoute Jacobs, c'est la somme des contacts fortuits et publics, généralement spontanés, qui crée chez les habitants le sentiment de la personnalité collective et finit par instaurer ce climat de respect dont l'absence est catastrophique pour la rue, mais dont la recherche ne saurait être institutionnalisée (Jacobs, 1961). À l'instar de Jacobs, Glaeser soutient que la concentration de la population est le vecteur de l'innovation et de la productivité pour la ville. L'auteur parle de *urban anonymity* (Glaeser, 1998, p. 15) et indique que les gens peuvent évoluer comme ils le souhaitent sans tenir compte des gens autour d'eux, ce qui n'est pas nécessairement le cas dans un environnement de taille plus réduite. Ce

^{8.} Le mot *imitation* dérive du grec *mimêsis*, c'est-à-dire mimésis ou la représentation de la réalité. Dans un contexte interdisciplinaire comme celui des sciences cognitives, la découverte récente des «neurones miroirs» a ouvert un dialogue entre les sciences humaines et les sciences expérimentales. Dans les études chez des primates, les neurones miroirs sont des neurones qui s'activent «lorsqu'un individu exécute lui-même une action, mais aussi également quand il regarde un congénère exécuter la même action» (traduction libre) (G. Rizzolati, 1996). Donc, il existe un lien entre l'action et l'observation qui rend l'être humain social et qui le distingue des autres animaux. Il semble aujourd'hui que l'imitation soit un phénomène fondamental pour tout ce qui concerne l'apprentissage, l'intelligence artificielle, la rationalité et la culture.

point de vue est partagé par Gladwell⁹ qui, dans son livre *Le point de bascule* (2003), soutient que l'isolement social a des conséquences graves sur le bien-être des individus et la sécurité des quartiers. Il ajoute que «l'anonymat de la vie urbaine et le sens d'aliénation qu'il engendre rendent les gens insensibles» (Gladwell, 2003, p. 34). Jacobs suggère que la confiance existant entre les gens est décisive pour la vitalité d'un quartier. Dans le processus de planification stratégique du territoire, ce sentiment constitue un fondement pour structurer une base stable et équilibrée de capital social¹⁰ (Jacobs, 1961) entre les différents acteurs du territoire (citoyens et différents organismes d'intérêt public et privé).

Selon Jacobs, la ville possède une «personnalité» propre, avec certains quartiers qui se développent grâce au regroupement spontané des individus en vue d'une finalité commune. Pour Jane Jacobs, c'est la diversité de la ville, la diversité de sa population qui est source d'innovation et d'initiatives de développement local réussies. Jacobs a puisé une partie de son expérience urbaine dans le cadre d'un mouvement autoorganisé dans le quartier animé de l'East Village de New York. Peu avant la publication de son premier ouvrage, la Commission de planification urbaine de New York annonce une intervention majeure de reconstruction et de réaménagement urbain en vue de revitaliser un secteur désaffecté du tissu urbain du quartier de l'East Village. Jacobs et la communauté du quartier, constituée d'artistes, d'écrivains, d'immigrants portoricains et italo-américains, critiquent fortement ce type de politique

^{9.} Malcolm Gladwell est rédacteur et journaliste pour le *New York Times* et le *New Yorker*. Dans son ouvrage, l'auteur illustre comment le changement social (les idées, les produits et les comportements) se matérialise souvent en un moment crucial dit «point de bascule», qui se présente comme une sorte d'épidémie. Le succès de ces «épidémies sociales» est fortement influencé par la particularité du milieu et du contexte et, ajoute-t-il, il dépend en grande partie des actions d'une «poignée de gens qui se distinguent nettement de la masse par leur sociabilité, leur énergie, leurs connaissances ou leur influence» (Gladwell, 2003, p. 29); ce sont ceux qu'il appelle les «déclencheurs».

^{10.} Le capital social doit son importance principalement aux recherches de Bourdieu (1980), James Coleman (1990) et Robert D. Putnam (1996, 2001). Il n'y a pas une définition unique du capital social, mais pour la plupart des auteurs, il se définit comme une caractéristique de l'organisation sociale, des réseaux, des groupes sociaux grâce auxquels ces groupes produisent différentes ressources, parmi lesquelles des normes et de la confiance, qui agissent sur le comportement de l'individu (Putnam, 1996, 2001), et par la façon dont les groupes permettent aux individus et aux institutions d'atteindre plus efficacement des objectifs communs. De cet ensemble de facteurs dépend aussi la gestion efficace ou inefficace de l'élaboration du compromis entre l'intérêt individuel et collectif (Sacco et Tavano Blessi, 2005a,b).

de rénovation urbaine et ils réagissent en créant un mouvement spontané qui deviendra ensuite plus complexe, afin de faire modifier les choix de la municipalité.

Avec cet exemple, Jacobs (1961) nous rappelle que dans la majorité des cas, les «approches de planification bulldozer» produisent un effet impopulaire et les grands projets de développement urbain, qui partent du haut vers le bas, constituent un aspect majeur du problème, avec des conséquences catastrophiques sur les cités. De la même manière, Florida critique sévèrement tous «les travaux de construction de stades et les programmes à grande échelle de revitalisation des centres-villes» (Florida, 2005a, p. 9, traduction libre). Dans un contexte urbain peu réglementé et planifié, les interactions et les comportements de certains groupes peuvent devenir un «caractère» émergent de la ville¹¹. Cependant, pour construire un «climat urbain» propice pour attirer du nouveau capital humain¹²,

^{11.} L'histoire de l'urbanisme est même constituée par des signaux muets qui ne sont pas perçus par la majorité de la collectivité. Par exemple, dans l'histoire urbanistique de Manchester, une ville qui se développe «avec moins de planification par rapport aux autres villes», nous recueillons différents signaux de ce type. Vers la moitié du xixe siècle, en face de Victoria University, proche du Piccadilly Gardens et de Canal Street, nous remarquons une première manifestation faite par un groupe de gens qui se promènent à la recherche d'un amant du même sexe ou, simplement, d'une nuit de plaisir. Au fil du temps, cette tendance émergente devient une configuration urbaine identifiable dans la ville. Aujourd'hui, avec une concentration significative de bars et de boutiques, cet espace urbain est reconnu comme le village gai, un lieu de passage pour plusieurs créateurs et artistes, mais aussi pour des touristes. Voir: Steven Johnson (2001), dans son ouvrage Emergence, The Connected Lives of Ants, Brains, Cities, and Software, p. 30.

^{12.} La plupart des recherches et des écrits concernant le capital humain traitent des effets du capital humain sur la croissance économique territoriale. Selon plusieurs auteurs, le capital humain concerne les effets de l'éducation sur le comportement économique des individus, soit la façon dont la somme de connaissances, de compétences et d'aptitudes réunies chez les individus, leur permet d'accroître leur productivité et leurs revenus. Ces travaux s'appuient essentiellement sur le facteur de «l'éducation » pour mesurer ce type de capital. C'est à partir des années 1950 que Lewis (1955) soutient que le capital humain est important dans le processus de croissance pour un pays. Puis Becker (1964) observe que les individus décident de leur éducation, de leur formation et de toutes les améliorations en termes de connaissances et de santé. En 1989, Romer affirme que les pays qui «possèdent les stocks les plus importants de capital humain connaissent des niveaux de vie supérieurs». Voir à ce sujet: Shearmur (2005), L'aristocratie mobile du savoir : quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida, p. 4-6; Shearmur (2006) et Florida et Mellander (2007), The Creative Class or Human Capital? Explaining Regional Development in Sweden, paper nº 79, CESIS.

indispensable à sa communauté, la ville et les politiques culturelles doivent être en mesure de stimuler cette interaction entre les individus, de soutenir la créativité et de s'enrichir de la diversité culturelle. De plus, les villes devraient aussi fournir des structures propres au contexte local, par l'organisation du capital physique, investir en équipements culturels à forte valeur symbolique (Sacco et Tavano Blessi, 2005b) et encourager les «rétroactions » de la rue.

Nous constatons que les thèmes de la ville créative et de la créativité en milieu urbain sont essentiellement traités sous forme de propositions, mais dans une ligne commune qui favorise le développement de la créativité individuelle et collective des différents acteurs sociaux. Selon Florida, il n'existe pas de solution miracle pour bâtir le type de communautés et d'organisations qui prospèrent à l'Ère de la créativité (Florida, 2004, p. 9). Cependant, certains contextes permettent de créer les prémisses nécessaires au redéveloppement ou à la revitalisation de certains quartiers ou de certaines villes. On peut ainsi explorer de nouvelles initiatives de développement axées sur le secteur des arts et de la culture.

Landry (2000), par exemple, décrit une méthode de planification urbaine stratégique basée sur sept groupes de facteurs qui sont en partie similaires à ceux que Jacobs (1961) et Florida (2002) ont identifiés comme facteurs contribuant à ce qu'une ville évolue vers le modèle de ville créative: des individus créatifs, la volonté et le leadership, la diversité des talents, une authentique culture organisationnelle, le soutien de l'identité locale, des structures et espaces urbains, ainsi que le réseautage. Ce serait là autant de facteurs essentiels au développement d'initiatives locales réussies dans le domaine culturel et créatif.

Les études de Sacco et Tavano Blessi (2005a,b) proposent une approche permettant de développer la créativité des villes, grâce à des politiques de développement du territoire qui sont basées sur la culture du district. La réussite de ce modèle repose sur une combinaison d'actions politiques proactives, spontanées ou non (Sacco et Tavano Blessi, 2005b, p. 163), et un des éléments fondamentaux qui le caractérise est la localisation des *creative workers*, un concept mis de l'avant par Florida (2002) et que nous abordons dans le paragraphe suivant, avant de revenir plus loin sur les travaux de Sacco et d'autres auteurs italiens qui sont intéressants pour analyser les initiatives de développement local axées sur la culture.

2. La classe créative

Dans *The Rise of the Creative Class* (2002), Florida parle davantage des éléments créateurs qui dynamisent une société et des conditions pour atteindre ce résultat. Son analyse repose sur le *creativity index*¹³, rendant compte de ce qu'on appelle les «Trois T». Selon lui, les villes qui accumulent du *talent*, qui sont *tolérantes* et qui développent de la *technologie* sont les lieux qui connaîtront un fort développement socioéconomique. Selon Florida, les plus puissants centres créatifs produisent un climat créatif et un niveau élevé de dynamisme artistique et culturel qui assure, en conséquence, une augmentation de l'emploi et de la population de la ville.

Florida reprend ainsi à son compte les théories de Jacobs en modifiant la référence au capital humain; il souligne le fait qu'il y a un lien entre un climat humain¹⁴ et l'attraction d'une nouvelle classe de gens d'«éthos créatif», dite classe créative. Florida remarque que cette classe est une communauté constituée d'un regroupement ou «clustérisation» de professionnels dans certains domaines, c'est-à-dire des grappes professionnelles¹⁵ qui se regroupent dans des lieux qui se distinguent par une grande ouverture et une bonne tolérance, comme dans les centres urbains, où la population est habituellement ouverte au multiculturalisme.

Pour développer le concept de «classe créative», Florida (2002) reprend certains éléments d'une autre enquête réalisée dans les années 1980 par Ray et Anderson aux États-Unis auprès d'environ 100 000 personnes. Dans leur livre intitulé *L'émergence des créatifs culturels: Enquête sur les acteurs d'un changement de société* (2001), ils présentent les résultats de cette étude qui révèlent une évolution radicale et un profond changement de société. Selon ces auteurs, près de 50 millions d'Américains partagent des idées que l'on qualifie habituellement d'«alternatives», et ceux-ci

^{13.} Il utilise le *creativity index*, c'est-à-dire le potentiel créatif des villes-régions de plus d'un million d'habitants, qui est composé de quatre facteurs: le rapport entre la classe créative et le nombre d'employés; l'innovation sur la base du nombre de brevets déposés; la présence de l'industrie de haute technologie dans la ville-région (*high tech index ou indice de haute technologie*) et l'ouverture à la diversité (*gay index*).

^{14.} Par l'expression de «climat humain», Florida entend «une stratégie globale visant à attirer et retenir les gens et plus particulièrement, mais sans s'y limiter, les gens créatifs» (Florida, 2004, p. 12).

^{15.} Selon Florida, «La théorie du capital créatif stipule que les stratégies de croissance économique régionale ne peuvent reposer uniquement sur l'analyse traditionnelle des grappes industrielles: elles doivent aussi intégrer l'analyse des grappes occupationnelles ou professionnelles. Ces dernières sont définies à partir de ce que font les individus dans le cadre de leur travail et où ils choisissent d'habiter ». Voir Richard Florida, Kevin Stolarick et Louis Musante (janvier 2005), *Montréal ville de convergences créatives*.

constitueraient le groupe des «créatifs culturels». Selon eux, ce mouvement représente 24% de la population et constitue le troisième grand groupe socioculturel, après les modernistes et les traditionnalistes, dans ce pays. Ils se répartiraient en deux populations: d'une part, un noyau central dit «avancé» et, d'autre part, les «écologistes». Ils forment un groupe très diversifié, qui est présent dans toutes les couches et tous les âges de la population, mais leurs niveaux de revenus et d'éducation sont légèrement supérieurs à la moyenne nationale. Ils ont des activités qui font partie du quotidien de notre culture moderne: de la photographie au jardinage, notamment. Dans ces groupes de créateurs, «certains explorent la réalité physique [...], d'autres l'esprit et la société [...], d'autres encore sont des activistes engagés qui parlent et agissent pour sauver la planète» (Ray et Anderson, 2001).

À l'instar de la précédente enquête de Ray et Anderson (2001), Florida (2002) affirme que les créatifs représenteraient 30 % de la maind'œuvre et seraient aujourd'hui environ 38 millions aux États-Unis. Ils seraient divisés entre un noyau « très créatif » d'une part, et les créatifs « de profession», ou professionnels au sens nord-américain («professions libérales»), d'autre part. Florida arrive à définir les thématiques sociales dominantes de cette classe, dont les racines ont aussi été situées dans le groupe des «Bobos», soit le groupe de bourgeois et bohémiens identifié par le journaliste David Brooks¹⁶. Selon Florida, il s'agit de gens qui se distinguent par leur manière ouverte de voir le monde, de penser, d'agir, une nouvelle culture qui met en évidence des valeurs qui concilient le souci de l'écologie, le développement personnel et spirituel, des valeurs de tolérance et de respect. Il s'agit ici d'individus producteurs d'idées, des gens de différents âges et d'origines ethniques diverses, ayant des statuts civils et des préférences sexuelles diversifiés. La diversité observée sous ces différents angles susciterait la créativité et Florida ajoute que ces communautés créatives comptent souvent un bon nombre de célibataires et de gais¹⁷.

^{16.} David Brooks est journaliste et écrivain new-yorkais. Il a travaillé au *Wall Street Journal*, comme éditorialiste au *The Weekly Standard* et pour *The New York Times*. En 2000, il est devenu populaire pour son livre *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*, où il décrivait une nouvelle classe sociale, née d'un mélange de bourgeoisie et de bohèmes.

^{17.} Selon Florida, les populations gaies pourraient «avoir une incidence positive sur leur communauté» (Florida, 2004, p. 14). Selon sa recherche, le *gay index* représente la proportion de personnes homosexuelles parmi la population. «Les principales villes américaines les plus ouvertes aux familles ou aux enfants comptent aussi un grand nombre de villes réputées pour leurs communautés gaies et artistiques (comme Seattle, Minneapolis, New York et San Francisco). » Voir le chapitre «Homosexuels et croissance: l'enjeu réel », dans Florida (2004), *La revanche des éteignoirs: le grand débat sur la classe créative*.

Les communautés créatives sont caractérisées par un fort capital culturel et un *modus vivendi* fondé sur des valeurs d'individualisme¹⁸ et de méritocratie; de plus, elles attribuent une importance capitale au travail compétitif et ouvert, stimulant autant que flexible, dans un contexte d'espace «cool» (*cool space*), qui donne un sens à la vie (*sensemaking*) et favorise l'interaction entre les individus.

Ces individus ont tendance à se localiser dans des secteurs précis de la ville, généralement dans des logements abordables ou dans des secteurs postindustriels du territoire. Les pionniers qui sont venus s'y installer sont généralement les artistes et les gens créatifs, qui «arrachent souvent les propriétés à la ruine par le biais de conversions illégales ou de la revitalisation grâce à l'apport de compétences » (Florida, 2004, p. 10, traduction libre). Ils investissent en culture autant qu'en créativité pour transformer les quartiers en *écosystèmes créatifs*. Bien plus tard, une fois que ces groupes ont contribué à faire augmenter la valeur des immeubles par leur installation, des familles, des commerces et des entreprises des secteurs technologiques les suivent dans ces quartiers. Finalement, l'embourgeoisement de ces lieux offre une diversité culturelle pour différentes personnes à différentes phases de la vie et le quartier connaît un développement socioéconomique important. Il existe plusieurs exemples de ces « oasis urbaines », que l'on songe à l'East Village ou à Soho à New York, au Soma à San Francisco au encore au Plateau à Montréal¹⁹.

Sacco, de la même manière, soutient que les grandes villes industrielles d'Italie comme Turin, Gênes ou Milan tentent, selon des modalités similaires, d'arriver à ce résultat. Pour ces villes, il suggère des projets radicaux de reconversion et propose d'utiliser les anciens espaces

^{18.} La « force des liens faibles » représente une caractéristique marquante de cette classe. La « force d'un lien » est une combinaison de qualité de temps, d'intensité émotionnelle, d'intimité et de services réciproques (Granovetter, 1995). Selon Granovetter, les liens faibles sont importants pour le pouvoir social, car les individus peuvent y trouver des sources de puissance ou de richesse. Par ailleurs, ils sont toujours plus importants que les liens forts lorsqu'il est question de trouver de l'emploi, de l'information ou des idées. Ils sont nombreux, et forment des «ponts locaux » qui créent des chemins plus courts et plus nombreux entre les individus dans le réseau (Granovetter, 1973, 1995).

^{19.} Selon le rapport «Les quartiers artistiques au Canada» de Hill Stratégies Recherche, Montréal renferme cinq des dix quartiers les plus créatifs au Canada. Le Plateau Mont-Royal compte 605 artistes parmi une population active totale de 7 560 habitants, soit une concentration d'artistes de 8,0%. Il s'agit du «quartier le plus créatif» au Canada, avec une concentration dix fois supérieure à la moyenne canadienne de 0,8%. Voir: «Les quartiers artistiques au Canada», Regards statistiques sur les arts, vol. 4, nº 2, Hill Stratégies Recherche inc. (octobre 2005).

industriels comme lieux d'innovation scientifique et culturelle capables d'interagir avec le système productif, universitaire et la société civile (Sacco, 2006, p. 4).

Parmi les principaux critiques des thèses de Florida, mentionnons aussi Kotkin de l'Université de Californie et Glaeser de l'université Harvard, selon lesquels le livre The Rise of the Creative Class fait l'apologie des nouveaux citoyens de l'ère d'Internet. Il affirme que les villes américaines les plus prospères ne sont pas celles où la classe créative est particulièrement importante, mais plutôt celles où les impôts ne sont pas trop lourds, et où la bureaucratie et la taille du gouvernement sont moins envahissants. Dans l'article «Save Us From City Saviours» publié dans The Globe and Mail, Patrick Luciani arrive aux même conclusions; il ajoute que le «développement économique d'une ville se crée par les entrepreneurs et les hommes d'affaires qui veulent risquer sur de nouveaux marchés et idées et non à travers la classe créative conçue par Florida » (traduction libre). Par ailleurs, Kotkin (2000; Kotkin et Siegel 1999) affirme que les talents (l'auteur rejette le concept de classe créative) se préoccupent d'abord et avant tout du coût de la vie urbaine, du temps de navettage entre le lieu de résidence et le travail et de la variété de loisirs familiaux offerts par la ville (Tremblay et Tremblay, 2006).

À notre avis, cette critique est quelque peu excessive et nous pensons que la réalité se situe entre les deux positions. Nous soutenons plutôt l'idée d'une réciprocité d'effets entre l'économie et la culture. La culture et la création attirent des professionnels et des entreprises de haute technologie, mais les entreprises et le développement économique attirent un ensemble de populations, dont les professionnels et les artistes, entre autres parce que le marché y est.

D'autres textes de cet ouvrage portent sur les critiques de Florida, de sorte que nous ne reviendrons pas sur les critiques des nombreux auteurs nord-américains comme Levine, Glaeser et autres. Notons simplement que des auteurs italiens aussi ont émis des critiques à l'égard de cette thèse, dont Sacco (2006), qui critique sa méthodologie de recherche et la détermination de ses index. Florida, en fait, exclut de son analyse les facteurs critiques liés à l'âge, aux revenus et aux ségrégations raciales, c'est-à-dire des facteurs qui sont aujourd'hui dominants dans les débats sur le développement futur de la «ville créative» (Sacco et Comunian, 2006, p. 7).

Florida a répondu à certaines de ces critiques dans un article (2004) et dans ses ouvrages ultérieurs (2005a, b), pour répliquer qu'il est d'avis que la créativité humaine est le principal moteur de la croissance

économique, que chaque personne est créative et que, pour exploiter pleinement cette créativité, nous devons nous montrer tolérants, accueillants et ouverts à l'égard de la diversité culturelle.

Malgré les critiques, les théories de Florida ont bien sûr suscité beaucoup d'intérêt dans le milieu artistique, intellectuel et auprès de l'élite culturelle. Quoi qu'il en soit des diverses critiques, nous sommes d'avis que les thèses mises de l'avant par Florida ont eu l'avantage d'élargir un débat fondamental en accordant une importance à la culture, à la créativité et aux innovations comme facteurs nouveaux de développement économique. Il s'est même créé un réseau canadien de villes créatives qui réalisent des enquêtes dans diverses villes-régions afin de mettre en valeur ce profil de ville créative²⁰. À notre avis, les critiques à l'endroit de la thèse de Florida sont fondées, bien que quelque peu excessives dans certains cas; nous pensons que la réalité se situe entre les deux positions. Nous soutenons plutôt l'idée d'une réciprocité d'effets entre l'économie et la culture. La culture et la créativité d'une ville attirent des professionnels et des entreprises de haute technologie, mais les entreprises et le développement économique attirent aussi un ensemble de populations, dont les professionnels et les artistes, parce que le marché y est.

Passons maintenant aux thèses du district culturel évolué, qui nous semblent apporter autant, et même peut-être davantage que les thèses de Florida, notamment pour l'analyse des initiatives de développement local reposant sur des activités créatives ou culturelles.

3. Le « district culturel évolué »

Pour que la créativité et l'innovation puissent devenir une source stable de développement de l'économie locale et de son marché du travail, il faut un important bassin de talents, de capital humain ou de « classe créative », selon la terminologie préférée. Ces individus contribuent à la création

^{20.} Selon Catalyx, l'équipe de Florida qui a conduit une analyse sur l'économie créative dans la région montréalaise, les créatifs représentent 29 % de la maind'œuvre, soit plus de 450 000 personnes à Montréal (Stolarick, Florida et Musante, 2005). Si l'on compare Montréal aux 25 autres métropoles d'Amérique du Nord, elle se classe deuxième pour le pourcentage de sa main-d'œuvre qui occupe des postes dans le «noyau super-créatif ». Selon les mêmes auteurs, dans l'ensemble, le secteur créatif comprend quatre grandes grappes occupationnelles qui forment l'acronyme «TAPE» et qui correspondent au secteur technologique, aux activités des arts et de la culture, aux activités professionnelles et de gestion et, enfin, aux activités d'éducation.

d'une «atmosphère», soit un courant d'impulsions et de propositions suscitées par des phénomènes ou pratiques multiples d'innovation diffuse (comportements, manière d'être et de faire). Dans leur ensemble, ils génèrent des idées nouvelles sur la société, l'économie et le bien-être. Ce développement exige également une société civile capable d'interpréter les nouveaux apports et les idées inédites (Sacco, 2006). Voyons donc le sens de ce concept de district culturel.

3.1. Du district industriel...

Les réflexions de Sacco sont similaires aux thèses concernant le district industriel, où la création, la diffusion et la circulation du savoir sont les prémisses fondamentales pour le développement du système territorial (Sacco, 2006), mais elles portent davantage sur des initiatives de nature culturelle, d'où l'appellation de district culturel. Cependant, pour comprendre la nature de ce district culturel et son processus de développement, il faut revenir au concept marshallien de « district », district industriel dans ce cas, pour l'étendre ensuite à la notion de « district culturel ».

Rappelons que le modèle de «district industriel» renvoie à la dynamique de développement, qui se fonde sur des petites et moyennes entreprises spécialisées. Ce modèle, qui se base sur les études effectuées par Alfred Marshall et exposées dans les *Principles of Economics* (1889), a été observé dans plusieurs parties du territoire italien et est caractérisé par une concentration élevée d'entreprises (*cluster*) de la même filière productive, avec une bonne coordination du système. La contiguïté des acteurs sur le territoire favorise les relations et les échanges. Il faut qu'il y ait interdépendance entre les différents acteurs du territoire, ce que Marshall a nommé «l'atmosphère industrielle», et que cela favorise des échanges d'informations et de connaissances.

En 1961, Giacomo Becattini, en partant des recherches d'Alfred Marshall, se concentre surtout sur la théorie devenue classique des «districts industriels» à l'italienne. À partir de la notion de «district industriel» comme système local de petites entreprises établies dans une zone productive à forte «atmosphère industrielle», Becattini conçoit une nouvelle figure qui se fonde sur l'interaction du savoir explicite et tacite, caractéristique d'une communauté locale. Becattini parlera à cet égard des «chimismi» (chimismes en français), c'est-à-dire de l'ensemble des phénomènes dans un organisme, qui peuvent susciter son développement. Dans le cas du district, ceux-ci contribuent à établir la confiance et le sentiment d'appartenance à une communauté, et ultérieurement, ils favorisent une conscience sociale et d'identité du lieu.

À la formule classique du modèle de «district industriel» plus «européen» ou «italien» dans lequel l'apport de Becattini est fondamental, s'oppose la forme «américaine» de *cluster* de l'économiste Michael E. Porter (1999), où les éléments plus «culturels» sont moins considérés alors que la configuration physique d'agglomération apparaît plus importante (Sacco et Tavano Blessi, 2005a). L'une des idées majeures de la théorie de Porter sur la compétitivité est le concept de *cluster* ou de grappes. L'économiste soutient qu'une grappe est un groupe géographiquement proche d'entreprises liées entre elles et d'institutions associées relevant d'un domaine donné. Selon Porter, le processus du développement se traduit par trois phases: le secteur industriel émergent, le développement de la capacité de production et, finalement, l'accélération dans la qualité de la production (Porter, 1999).

En ce qui concerne la recherche sur les *clusters* (Wolfe *et al.*, 2005), elle a montré que le développement de *clusters* est un processus à long terme (Tremblay, 2006). La mobilisation des acteurs apparaît comme une des conditions fondamentales du développement d'un *cluster*. Selon les écrits sur les *clusters*, que nous avons vus précédemment, c'est grâce à des interactions entre les acteurs que des représentations, des idées et des connaissances sont échangées, et que le savoir peut s'accroître, ce qui peut soutenir les entreprises du *cluster* ou de la ville (Tremblay, 2006; Wolfe *et al.*, 2005).

Les études de Sacco (2005a, b) ont davantage pris en considération les analogies entre les deux modèles, soit les *clusters* et les districts. Sacco s'est intéressé à une forme de district ou *cluster* orienté vers les activités culturelles (ou *culture driven*) comme élément de réponse organisationnelle dans le cadre d'une politique de gestion du territoire.

3.2. ... vers le district culturel

On parle alors de *cultural cluster* et de «district culturel», des concepts qui sont liés à la notion de district industriel, mais avec des conditions de viabilité qui leur sont propres. L'élément central qui les caractérise est la «création du savoir» et sa circulation dans des contextes créatifs grâce à l'échange d'idées entre différents secteurs et activités. Le développement du district culturel est lié à sa capacité de se renouveler et de maintenir l'originalité de ses produits culturels (Sacco et Ferilli, 2006, p. 9).

Dans les différentes manifestations du «district culturel» (Sacco et Ferilli, 2006, p. 8), une forme classique a été réalisée pendant les années 1980 en Angleterre, dans une forte concentration d'activités et de lieux artistiques et culturels destinés à revitaliser le territoire. Le Greater London

Council réalise ainsi une des premières formes de «district culturel», en se fondant sur le concept de quartier culturel, qui repose sur une planification plus volontariste que spontanée. Ce modèle ne tient compte ni de la «culture du district», ni de son environnement social au sein de la ville. Il faut mentionner que ce modèle de district s'appuie sur une filière unique et sur une offre culturelle à but lucratif.

Pour sa part, Trigilia (cité dans Sacco, 2006) indique que nous pouvons parler de «ville de l'innovation» si nous encourageons les investissements dans de nouvelles formes de culture pour une intégration au patrimoine existant. Cela est d'autant plus vrai que la culture associe une certaine attention au local et au global et qu'elle est perçue comme non destructrice des solidarités locales. Ainsi, elle peut devenir un actif économique pour le territoire, un élément porteur de cohésion sociale pour la communauté ainsi qu'un outil nécessaire aux pratiques créatives et de valorisation locale (Sacco, 2006).

Sacco, Ferilli et Lavanga (à paraître) mettent l'accent sur la nécessité d'avoir une stratégie sociale dans l'organisation du contexte local ainsi qu'une stratégie d'investissement pour le développement humain et collectif (Sacco et Zarri, 2004, p. 505). Ainsi, la corrélation entre le capital social, la qualité des activités et l'attention à l'offre culturelle, qui agissent sur le capital identitaire et symbolique d'une communauté, sont des éléments qui font en sorte que «la culture devient l'élément de synergie qui interagit avec le système territorial pour un développement durable et pour fournir les outils nécessaires aux pratiques créatives et de valorisation locale » (Sacco et Tavano Blessi, 2005a). Dans ce modèle, la culture «incite les individus à catalyser leurs énergies intellectuelles et émotives vers l'exploration, l'expérimentation, la diffusion de nouvelles idées ».

Plusieurs cas de succès de développement territorial se réalisent grâce à la création stratégique d'un modèle d'excellence orienté vers les activités culturelles (ou *culture driven*), ce que certains ont appelé le district culturel. Sacco (2006) a défini le « district culturel évolué » comme un modèle d'excellence centré sur la créativité et l'innovation grâce à la capacité de *gouvernance* des processus d'accumulation de nouvelles formes du capital intangible. C'est une forme inédite d'organisation du territoire, qui se développe par la complémentarité stratégique de trois éléments, soit le développement de l'innovation, la capacité et la qualité du lieu, qui sont tous considérés comme fondamentaux pour le « pouvoir d'attraction » de la classe créative (Sacco et Tavano Blessi, 2005a).

Les sociologues Adorno et Horkheimer (1966) ont fait état des risques d'industrialisation du secteur culturel et ont mis en évidence la contradiction entre la signification du concept de culture comme «liberté créative et individuelle» et la culture vue comme un synonyme de «standardisation culturelle». Ce dernier modèle a été étudié par différents auteurs, dont Ritzer²¹ (1998) avec le concept de «McDonaldisation». Dans le même ordre d'idée, Zukin (1993) soutient que dans des cas de développement local axé sur la culture, il existe souvent des facteurs spéculatifs qui privilégient l'économie du tangible plutôt que «l'économie symbolique²²» du contexte, et que cela peut se traduire par une certaine standardisation ou industrialisation du champ culturel.

En ce qui concerne l'aspect organisationnel du district, il faut mentionner les contributions théoriques de Valentino (2001) et Santagata (2002a, b, 2003). Valentino (2001) soutient que l'origine d'un district culturel s'appuie sur une forme plus institutionnelle, conçue par un processus non spontané. Pour sa part, Santagata (2002a, b) accorde plus d'importance aux ressources du territoire comme composantes essentielles pour le développement du district, soit le capital culturel, les traditions, la connaissance tacite et diffuse, au-delà des formes tangibles du territoire. Ils distinguent quatre types de district culturel: industriel, institutionnel, muséal et métropolitain²³. Cependant, les recherches de Valentino et Santagata semblent accorder moins d'importance à un élément essentiel du district marshallien, soit son environnement social.

^{21.} George Ritzer, professeur du Département de sociologie de l'Université du Maryland (États-Unis), reprend la théorie de la rationalisation conçue par Max Weber (1864-1920) pour soutenir la «McDonaldisation». Selon le sociologue, elle exerce un contrôle croissant sur notre société, sur la culture, sur notre vie, se traduisant par la quantification et l'accroissement de la conformité tant de nos faits et gestes que du produit de notre travail.

^{22.} Sharon Zukin, sociologue du Collège de Brooklyn, parle «d'économie effective» et «d'économie symbolique» d'une ville. La croissance de l'industrie et de la consommation culturelle renforce l'«économie symbolique» du lieu et, en même temps, elle permet de produire des symboles et des espaces. Selon la professeure Zukin, «les grands événements ne rapportent pas seulement des revenus économiques, ils aiguillonnent la mise en scène médiatique de la ville et contribuent ainsi à sa revalorisation symbolique. Toutefois, cela se produit en règle générale, "de haut en bas", c'est-à-dire sans donner aux acteurs locaux la possibilité de participer, si bien que les festivals apportent à toute ville les bénéfices du tourisme et l'occasion de polir son image, mais au prix de la disparition de l'identité locale» (Sharon Zukin, 1995, *The Cultures of Cities*).

^{23.} Pour un approfondissement, voir: Walter Santagata (2000). «Sarà a distretti la cultura del 2000», il Giornale dello spettacolo, nº 185. Walter Santagata (2002). «Cultural district, propriety rights and sustainaible economic growth». Walter Santagata (2002). «Some effect of creativity on fashion market behaviour». Walter Santagata (2003, 2004). «Cultural district and economic development».

Les économistes Sacco et Ferilli (2006) s'appuient sur un nouveau modèle d'agglomération culturelle qui se réalise sous une forme d'intégration horizontale entre différentes filières. Les auteurs parlent de « district culturel évolué », de troisième niveau intégré²⁴, un modèle qui sort des limites du district culturel à filière unique et qui se réalise grâce à la complémentarité stratégique entre les filières de type culturel et celles de la production, une synergie qui se définit grâce à une spécialisation territoriale et une nouvelle organisation de l'espace.

Sacco et Ferilli (2006)²⁵ partent de la théorie économique moderne et citent des cas internationaux pour en arriver à déterminer les facteurs les plus importants du développement: le niveau de qualité de vie, le niveau d'innovation et la «capabilité» sont les trois éléments mis en évidence. Ces effets se traduisent en trois vecteurs de développement pour le «district culturel évolué», soit la localisation de la classe créative, que l'on retrouve dans les théories de Florida, le développement de l'innovation, associé aux thèses de Porter²⁶ et, finalement, le concept de la *capability* (ou capacité de faire) d'Amartya Sen²⁷ (Sacco et Ferilli, 2006, p. 20). La réussite du «district culturel évolué» repose sur une complémentarité stratégique de ces trois éléments et, de ce fait, cette thèse nous paraît dépasser la vision de Florida.

Une prémisse fondamentale pour le développement d'un territoire se retrouve dans la «diffusion sociale» des droits (ou *entitlements*) (Sacco et Ferilli, 2006, p. 21), qui est associée à la notion anglaise de *capability* et signifie «capacité», «aptitude» ou «possibilité». Chez Amartya Sen, ce terme prend un sens très précis: «l'ensemble des modes de fonctionnement humain qui sont potentiellement accessibles à une personne, qu'elle les exerce ou non. Il est d'usage d'exprimer ce concept en français par le néologisme "capabilité", mais on peut aussi parler simplement de capacité» (Sen, 1999, p. 12). Selon ce prix Nobel d'économie de 1998, une économie qui arrive à attirer une classe créative est une économie virtuose qui réussit. Le concept de capabilité de Sen est lié à la notion de liberté positive (Isaiah Berlin, 2000). En effet, il s'agit de la capacité qu'a l'individu d'interpréter et d'apprendre quelque chose, puis de promouvoir l'autoréalisation et un

^{24.} Dans le premier niveau, on trouve le modèle de district culturel conçu grâce à des interventions de planification *top-down*; le deuxième niveau de district culturel s'active par un processus d'autoorganisation ou *bottom-up* (Sacco et Tavano Blessi, 2005a, p. 156).

^{25.} Pour les données, consultez le document de travail de Sacco et Ferilli (2006). *Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale.*

^{26.} Voir M.E. Porter (1998). La concurrence selon Porter.

^{27.} Voir A. Sen (1999). Un nouveau modèle économique : développement, justice, liberté, p. 12.

développement humain, ainsi que la possibilité d'attribution d'une «valeur» à une certaine expérience. À partir de la «liberté de l'être humain», fondamentale pour son évolution, la *capability* permet une réalisation concrète dans le cadre du style de vie.

Enfin, la réussite du «district culturel évolué» repose aussi sur une série de combinaisons des éléments endogènes et exogènes (ou, comme les auteurs le disent plus couramment: bottom-up et top-down; Sacco et Tavano Blessi, 2005a,b). Des éléments bottom-up ou d'autoorganisation agissent dans la création de capital social²⁸, grâce aux actions participatives directes et stratégiques des différents acteurs territoriaux aux activités culturelles (citoyens, sujets publics et privés²⁹, organismes communautaires, organismes à but lucratif ou non) qui favorisent l'intégration sociale. Cooke et Morgan (1998) notent aussi que la politique de développement local est plus efficace lorsqu'elle est effectuée à travers une forte participation des différents acteurs, publics et privés. Ensuite, les éléments top-down, dans la définition d'un actif ou asset matériel, un capital physique et des outils expérientiels sont nécessaires pour construire l'identité du lieu. Cela rejoint notre vision reposant sur l'importance de l'innovation sociale et d'une diversité d'acteurs sociaux étant essentiels à une reconversion réussie (Fontan, Klein et Tremblay, 2005).

Dans ce concept de district culturel, la production et l'offre culturelle ne sont pas perçues comme centres de profit, mais elles s'intègrent parfaitement dans la nouvelle «chaîne de valeur³0» de nature postindustrielle (Sacco et Pedrini, 2005), qui représente un engrenage majeur grâce à son contenu symbolique. Le système local doit avoir la capacité d'attribuer du sens aux expériences culturelles. Cette «valeur» fait partie de l'économie postindustrielle et devient un facteur essentiel pour consolider un modèle d'identité socialement reconnu et soutenable.

Quoiqu'elles présentent des similitudes, mais aussi des différences non négligeables, toutes ces thèses affirment que la ville doit reconnaître la «valeur» des investissements dans le secteur culturel à travers des actions de qualité et de promotion du territoire afin de réaliser une action d'inclusion sociale, de dialogue interculturel et de promotion des droits civils. Pour la majorité des auteurs, c'est la diversité des villes, qui repose

^{28.} Voir A. Bagnasco, F. Piselli, A. Pizzorno et C. Trigilia (2001). *Il Capitale sociale, istruzioni per l'uso*, p. 114.

^{29.} Voir Tremblay et Rousseau (2006a, 2006b, 2005).

^{30.} C'est Michael E. Porter qui parle de «chaîne de valeur» et qui «permet de décomposer l'activité de l'entreprise en séquences d'opérations élémentaires et d'identifier les sources d'avantages concurrentiels potentiels». Voir L'avantage concurrentiel de Porter (1986).

sur cette inclusion, qui sera source d'innovation et de développement économique. Il nous semble toutefois que les auteurs italiens mettent davantage l'accent sur les «capabilités» ou capacités, ainsi que sur la culture, ce qui n'est pas sans intérêt. Les auteurs italiens sont en effet ceux qui attirent davantage l'attention sur la dimension culturelle, alors que les autres auteurs insistent davantage sur l'importance des échanges entre une diversité de personnes.

Conclusion sur les districts culturels

Les études fondées sur le modèle du « district culturel évolué » s'apparentent à l'hypothèse de Florida concernant la classe créative, de même qu'à ce qu'Evans et Shaw (cités dans Sacco et Comunian, 2006) définissent comme la *culture-led-regeneration*³¹ ou initiatives de reconversion fondées sur la culture.

Dans ce cadre, l'activité culturelle est le moteur du développement territorial, conçu pour un large public et qui agit en vue d'une revitalisation du contexte (récupération des édifices industriels ou espaces en «plein air »). Il s'agit d'une action ou d'une politique d'investissement territorial que l'on peut qualifier d'organique et de communautaire, parce qu'axée sur les gens, et qui tire sa force de l'importance que revêtent la liberté et l'autoréalisation individuelle, c'est-à-dire la gratification personnelle qui se concrétise par un effort cognitif élevé (Sacco et Zarri, 2004, p. 503). De la même manière, Franco Bianchini (1999) soutient que «les études de cas tendent à démontrer qu'une participation directe aux manifestations et activités culturelles est l'une des conditions essentielles d'un apport maximal de la culture au développement du potentiel humain des quartiers et à leur cohésion sociale ».

Nous nous sommes ici concentrés sur l'analyse des concepts théoriques et avons voulu faire le parallèle entre la cité créative et les districts culturels mis en évidence par les auteurs italiens. Nous avons voulu rappeler les travaux de Jane Jacobs et les mettre en relation avec ceux de Florida, et nous avons aussi voulu mettre en évidence la richesse de certains travaux italiens, relativement méconnus, puisque peu disponibles en français et en anglais.

^{31.} Dans leur recherche pour le ministère de la Culture anglais, Evans et Shaw (2004) définissent le modèle de *culture-led-regeneration* (Sacco et Comunian, 2006).

Nous avons vu que ces auteurs accordent de l'importance aux ressources du territoire comme composantes essentielles pour le développement du district, et qu'ils incluent ici le capital culturel (Santagata, 2002a,b, 2003). Sacco et Ferilli (2006) indiquent aussi que le niveau de qualité de vie, le niveau d'innovation et la capabilité (ou capacité) sont les trois éléments fondamentaux du développement. Nous avons aussi noté que d'autres (Sacco, Ferilli et Lavanga, 2008) mettent l'accent sur la nécessité d'avoir une stratégie sociale dans l'organisation du contexte local et de ne pas se limiter à la dimension financière ou économique. Ce qui nous semble plus important toutefois, c'est l'accent mis par les auteurs italiens sur la dimension culturelle.

Comme nous l'avons vu, Jane Jacobs (1961) – qui est l'une des sources d'inspiration de Richard Florida – compare les villes à des écosystèmes moteurs de l'économie, la diversité et l'interaction étant des conditions nécessaires pour qu'une ville soit efficace sur le plan économique. Peter Hall (1998), dans deux des chapitres de son ouvrage *Cities in Civilization*, décrit la ville en tant que milieu nécessaire à l'innovation. Ces deux auteurs avaient donc déjà révélé dans leurs écrits le fait que la ville, sous certaines conditions, constitue un milieu socioéconomique, mais également sur le plan culturel, un milieu propice à l'innovation et à la créativité, ce qui peut être intéressant du point de vue du développement des villes.

Quoi qu'il en soit, cette approche présente certes l'intérêt de mettre en évidence l'apport de la culture et des arts dans le développement économique, mais pour conclure ce chapitre, rappelons une phrase intéressante de Jane Jacobs: « Artists are not miracle workers – they're just another alternative³². » (Traduction libre: Les artistes ne peuvent faire des miracles – ils sont simplement une autre option.) Ainsi, si les initiatives de développement local fondées sur la culture et la créativité connaissent un grand succès et suscitent beaucoup d'intérêt dans les dernières années, il faut reconnaître, à l'instar de Jacobs, qu'il ne peut y avoir de miracle et que ces initiatives sont simplement une option parmi d'autres dans l'ensemble des initiatives possibles de développement local.

^{32.} Archive: Reports: A Creative Environment.

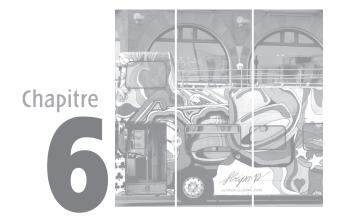
Références

- ADORNO, W. T. et M. HORKHEIMER (1966). Dialettica dell'Illuminismo, Turin, Einaudi.
- BAGNASCO, A., F. PISELLI, A. PIZZORNO et C. TRIGILIA (2001). *Il Capitale sociale, istruzioni per l'uso*, Bologne, il Mulino, 131 p.
- BECKER, G. (1964). *Human Capital*, New York, National Bureau of Economic Research.
- BERLIN, I. (2000), Quattro saggi sulla libertà, Milan, Feltrinelli.
- BIANCHINI, F. (1999). *I risultati delle politiche culturali degli anni '80 e la situazione attuale,* Intervention pour le séminaire, Milan, Polytechnique de Milan, 7 p.
- BOURDIEU, P. (1980). *Le capital social. Notes provisoires*, Actes de la recherche en sciences sociales, vol. 31, janvier, p. 2-3.
- BROOKS, D. (2000). Les Bobos les bourgeois bohêmes (Bobos in Paradise), New York, Simon & Schuster, 306 p.
- CHANTELOT, S. (2006). *Talent, créativité et développement régional : enseignements et limites,* Laboratoire d'études et de recherche en économie, politiques et systèmes sociaux, Toulouse, Université des sciences sociales de Toulouse I, 21 p.
- CHOAY, F. (1965). L'urbanisme, utopies et réalités, Paris, Éditions du Seuil, 445 p.
- COLEMAN, J.S. (1990). Foundations of Social Theory, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- COOKE, P. et K. MORGAN (1998). *The Associational Economy: Firms, Regions and Innovation*, Oxford, Oxford University Press.
- DONALD, B. et D.s MORROW (2003). Competing for Talent: Implications for Social and Cultural Policy in Canadian City-regions, Hull, Strategic Research and Analysis (SRA).
- FLORIDA, R. (2002). The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life, New York, Basic Books.
- FLORIDA, R. (avril 2004). *La revanche des «éteignoirs»: le grand débat sur la classe créative,* Texte original traduit par le Bureau de la traduction, Ottawa, Gouvernement du Canada, 25 p.
- FLORIDA, R. (2004a). «The great creative class debate: Revenge of the squelchers», Disposable Cities, vol. 5, juillet, 9 pages, <www.americancity.org/article.php?id_article=39>.
- FLORIDA, R. (2004b). Cities and the Creative Class, New York, Routledge.
- FLORIDA, R. (2005). *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*, New York, Harper Business.
- FLORIDA, R. et C. MELLANDER (2007). The Creative Class or Human Capital? Explaining Regional Development in Sweden, Papier nº 79, CESIS, 34 p.
- FLORIDA, R., K. STOLARICK et L. MUSANTE (janvier 2005). *Montreal's Capacity for Creative Connectivity: Outlook and Opportunities*, Montréal, Catalyx, 19 p.
- FONTAN, J.-M., J.-L. KLEIN et D.-G. TREMBLAY (2005). Innovation sociale et reconversion économique. Le cas de Montréal, Paris, L'Harmattan.

- GERTLER, M.S., G. GATES, R. FLORIDA et T. VINODRAI (2002). *Competing on Creativity. Placing Ontario's Cities in North American Context*, Toronto, Institute on Competitiveness and Prosperity, University of Toronto.
- GLADWELL, M. (2003). *Le point de bascule*, Montréal, Les Éditions Transcontinental inc., 255 p.
- GLAESER, E.L. (1998[1823]), Cities and Ethics: An Essay for Jane Jacobs, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Discussion Paper, 23 p.
- GRANOVETTER, M. (1973). «The strength of weak ties», American Journal of Sociology, vol. 78, nº 6.
- GRANOVETTER, M. (1995). Getting a Job, Chicago, University of Chicago Press.
- HALL, P. (1998), Cities in Civilization, New York, Pantheon Books, 1184 p.
- HOSPERS, G.-J. et R. VAN DALM (2005). «How to create a creative city? The viewpoints of Richard Florida and Jane Jacobs», *Foresight Cambridge*, vol. 7, nº 4, p. 8-12.
- JACOBS, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*, New York, Random House USA Inc., 420 p.
- JACOBS, J. (1992). Les villes et la richesse des nations, Montréal, Les éditions du Boréal, 296 p.
- JOHNSON, S. (2001). *Emergence, The Connected Lives of Ants, Brains, Cities, and Software,* New York, Simon & Schuster, 256 p.
- KOTKIN, J. (2000). *The New Geography*, New York, Random House.
- KOTKIN, J. (2005). «La Nouvelle-Orléans, paradigme de l'urbanisme moderne», *Le Monde*, vendredi 9 septembre, p. 15.
- KOTKIN, J. et F. SIEGEL (1999). Digital Geography, Indianapolis, Hudson Institute.
- LANDRY, C. (2000). The Creative City, A Toolkit For Urban Innovation. Londres, Earthscan.
- LEWIS, W.A. (1955). The Theory of Economic Growth, Homewood, Ill., Irwin.
- PORTER, M. (1999). La concurrence selon Porter, Paris, Éd. Village Mondial, 475 p.
- PUTNAM, R.D. (22 février 1996). *La société civile en déclin: pourquoi? Et après?*, Conférence John L. Manion, Ottawa, Centre canadien de gestion, 34 p.
- PUTNAM, R.D. (printemps 2001). «Mesure et conséquences du capital social» Isuma, *Revue canadienne de recherche sur les politiques*, vol. 2, nº 1, p. 47-59.
- RAY PAUL, A. et A.S. ANDERSON (2001). L'émergence des créatifs culturels. Enquête sur les acteurs d'un changement de société, Gap, Éditions Yves Michel, 512 p.
- SACCO, P.L. (2006). Il distretto culturale evoluto: competenze per l'innovazione, la crescita e l'occupazione, Bologne: Goodwill, 5 p.
- SACCO, P.L. et R. COMUNIAN (2006). *Urban Regeneration and Limits of the Creative City: Newcastle Gateshead*, Venise, Università di Venezia, 11 p.
- SACCO, P.L. et G. FERILLI (2006). Il distretto culturale evoluto nell'economia post industriale, DADI, Università IUAV WP_4/06.
- SACCO, P.L., G. FERILLI et M. LAVANGA (à paraître). *The Cultural District Organizational Model: A Theoretical and Policy Design Approach,* mimeo, DADI, Università IUAV.

- SACCO, P.L. et S. PEDRINI (2005). *Il distretto culturale: mito o opportunità?*, Università di Turin, Dipartimento di economia, International center for the research on the Economics of Culture, institution, and creativity, Document de travail nº 05/2003, 58 p.
- SACCO, P.L. et G. TAVANO BLESSI (2005a). «Distretti culturali evoluti e valorizzazione del territorio», *Global and Local Economic Review*, vol. VIII, 41 p.
- SACCO, P.L. et G. TAVANO BLESSI (2005b). «Distretto culturale e aree urbane», *Economia della cultura*, vol. XV, nº 2, p. 153-165.
- SACCO, P.L. et L. ZARRI (2004). «Cultura, promozione della libertà positiva e integrazione sociale», *Economia della cultura*, vol. V, nº 4, p. 499-507.
- SANTAGATA, W. (2002a). *Cultural District, Property Rights and Sustainable Economic Growth*, document de travail, EBLA Center, Università di Torino, janvier.
- SANTAGATA, W. (2002b). Some Effect of Creativity on Fashion Market Behaviour, document de travail, EBLA Center, Università di Torino, mai.
- SANTAGATA, W. (2003). *Cultural Districts and Economic Development*, mimeo, EBLA Center, Università di Torino.
- SASAKI, M. (2004). *The Role of Culture in Urban Regeneration*, Barcelona, Plenary Session, Culture and Development, 9 p.
- SEN, A. (1999). *Un nouveau modèle économique. Développement, justice, liberté,* Paris, Éditions Odile Jacob, 479 p.
- SEN, A. (2000). Repenser l'inégalité, Paris, Éditions du Seuil, 282 p.
- SHEARMUR, R. (2005). L'aristocratie mobile du savoir : quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida, Montréal, INRS Urbanisation, Culture et Société, 28 p.
- SHEARMUR, R. (2006). «Quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida», dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie*; enjeux et défis, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- TREMBLAY, D.-G. (2006). *Networking, Clusters and Human Capital Development*, Rapport de recherché remis au CPRN (Canadian Policy Research Initiative), 40 pages.
- TREMBLAY, D.-G., J.-L. KLEIN, J.-M. FONTAN et S. ROUSSEAU (2003). «Proximité territoriale et innovation: une enquête sur la région de Montréal», *Revue d'économie régionale et urbaine*, vol. 5, p. 835-852.
- TREMBLAY, D.-G. et T. PILATI (2008). «The Tohu and artist-run centres in Montreal: Contributions to the creative city?», *Revue canadienne de sciences régionales/Canadian Journal of Regional Science*, vol. 30, nº 2, p. 337-356.
- TREMBLAY, D.-G. et D. ROLLAND (dir.) (2003). *La nouvelle économie. Où? Quoi? Comment?*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- TREMBLAY, D.-G. et S. ROUSSEAU (2005). «Le secteur du multimédia à Montréal peut-il être considéré comme un milieu innovateur?», *Géographie, Économie et société*, vol. 7, nº 1, p. 37-56.
- TREMBLAY, D.-G. et S. ROUSSEAU (2006a). «The Montreal multimedia sector: A cluster, an "innovative milieu" or a simple colocation?», *Canadian Journal of Regional Science*, p. 299-328.

- TREMBLAY, D.-G. et S. ROUSSEAU (2006b). « Politique d'aménagement et multimédia à Montréal; la reconversion par une gouvernance mixte », dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie*; *enjeux et défis*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 137-162.
- TREMBLAY, D.-G. et R. TREMBLAY (dir.) (2006). La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie; enjeux et défis, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- TREMBLAY, R. (2004a). «Revue des principaux classements des technopoles américaines», Revue canadienne de sciences régionales/Canadian Journal of Regional Sciences, vol. 27, nº 1, p. 121-134.
- TREMBLAY, R. (2004b). «Quelques mises en garde contre la classe créative de Richard Florida», *Urbanité*, Revue de l'Ordre des urbanistes du Québec, novembre, p. 43-44.
- TREMBLAY, R. (2005). «La "nouvelle géographie" de Joel Kotkin un modèle pour comprendre la morphologie urbaine des villes du savoir», *Organisations et territoire*, vol. 14, nº 2, p. 39-41.
- THROSBY, D. (2000). *Economics and Culture*, Cambridge, Cambridge University Press.
- VALENTINO, P. (2001). I distretti culturali: Nuove opportunità di sviluppo del territorio, Rome, Associazione Civita.
- WOLFE, D.A., C. DAVIS et M. LUCAS (2005). «Global networks and local linkages: An introduction», dans D.A. WOLFE et M. LUCAS (dir.), *Global Networks and Local Linkage. The Paradox of Cluster Development in an Open Economy*, Montréal, Queen's University Press, p. 1-23, <www.utoronto.ca/progris/pdf_files/Ch1Introduction%20FINAL.pdf>.
- ZUKIN, S. (1995). The Culture of Cities, Cambridge, MA: Blackwell.



Vers un urbanisme créatif¹?

Elsa Vivant

a question de la créativité est de plus en plus mise en avant par les économistes, les sociologues et les géographes pour expliquer certaines tendances du développement économique et des évolutions sociales. Les mutations des activités économiques orientent l'économie urbaine vers la production de biens culturels et symboliques et engendrent de nouveaux

^{1.} Une première version de cet article a été publiée dans les *Annales de la recherche urbaine nº 101* sous le titre «La classe créative existe-t-elle?». Il avait pour objet de présenter les textes de Richard Florida et les débats qu'ils suscitent au public français. Cette nouvelle version développe une réflexion nouvelle sur le rôle des urbanistes dans la production de la ville créative et sur la dimension créative de leur travail.

besoins en main-d'œuvre: talent, créativité et autonomie caractériseraient l'individu travaillant dans les entreprises innovantes. Du moins, c'est en termes de «créativité» que la question de l'innovation (scientifique, économique, sociale, artistique) est posée aujourd'hui. D'après l'économiste américain Richard Florida, la créativité deviendrait aujourd'hui un élément-clé du capitalisme contemporain, menant à la restructuration des modalités d'organisation du travail et du monde social, et permettant l'émergence d'une nouvelle classe sociale: la classe créative. Ce concept flou est au croisement des théories économiques de l'innovation et de celles sur l'émergence d'une nouvelle classe moyenne. La thèse centrale de ses travaux lie le développement économique des villes à leur capacité d'attirer les membres de la classe créative, sous-entendant qu'il y aurait un lien de causalité direct et automatique entre présence de la classe créative et croissance économique (Florida, 2002). La créativité serait le facteur déterminant le destin des villes.

Les travaux de R. Florida provoquent de nombreux débats s'articulant autour de trois registres critiques: idéologique, scientifique et déontologique. Ils portent à la fois sur le fond (émerge-t-il ou non une classe créative?), sur la méthode (la coprésence de deux phénomènes implique-t-elle nécessairement un rapport de causalité entre eux?), sur la forme (la démarche scientifique peut-elle supporter une écriture de style journalistique où l'auteur éclaire son propos par son expérience personnelle?) et sur les modes de diffusion de cette théorie (peut-on, à partir d'une analyse statistique, fournir des préconisations systématiques aux acteurs publics de l'urbanisme et du développement territorial? et à quel prix?). Ces questions sont à peine discutées en France, où l'importation des idées de R. Florida passe davantage par leur réinterprétation et leur appropriation par les urbanistes et les décideurs publics que par une traduction critique de ses travaux².

Le rappel de ces débats servira, dans cet article, de support à une ébauche de réflexion sur la place et le rôle de l'urbaniste dans la production de la ville créative, nouveau paradigme du développement territorial pour certains, mode médiatique et passagère pour d'autres. Dans le discours des urbanistes, le terme «ville créative» recoupe des visions très diverses: lieu de concentration des individus appartenant à la classe

^{2.} Les textes de R. Florida n'ont pas été traduits en français (alors qu'ils le sont en allemand, espagnol, chinois, japonais, italien) et la traversée transatlantique semble leur faire subir quelques altérations, d'autant plus que peu de Français lisent l'anglais couramment.

créative; milieu (au sens de biotope) favorisant l'expression de la créativité; modalités nouvelles (qualifiées d'innovantes) d'intervention sur la ville et la production urbaine.

1. La classe créative existe-t-elle?

R. Florida donne une définition très large de ce qu'il nomme la classe créative, lui permettant d'affirmer que 30% des actifs nord-américains en feraient partie. Les membres de cette classe créative ont un rôle de pourvoyeur de créativité dans l'entreprise qui les emploie. Il distingue deux catégories de travailleurs créatifs. Un premier groupe comprend les professionnels qui sont complètement engagés dans un processus de création et qui sont payés pour être créatifs, pour créer de nouvelles technologies ou de nouvelles idées. Entrent dans ce groupe («the Super-Creative core») les scientifiques, les chercheurs, les ingénieurs, les artistes, les architectes, etc. Dans l'autre groupe («the Creative Professional»), les travailleurs résolvent des problèmes complexes, requérant un haut niveau de qualification et une capacité d'innovation (juristes, financiers, médecins, etc.). Mais la notion de classe créative ne se limite pas à des catégories socioprofessionnelles; c'est aussi un état d'esprit. Lorsqu'il parle de créativité, R. Florida entend toutes formes possibles de créativité (économique et financière, artistique et culturelle, technologique et industrielle, sociale et sociétale) qui interagiraient et se nourriraient les unes les autres. Par exemple, les ménages homoparentaux créeraient de nouveaux modèles familiaux nécessitant des évolutions des mentalités et des innovations législatives.

Dans les villes nord-américaines les plus dynamiques économiquement, R. Florida met en évidence la coprésence d'entreprises innovantes et d'une forte communauté créative. Il mesure cette coprésence à l'aide du *creativity index*, un indice statistique synthétisant quatre facteurs : les emplois dans la classe créative, l'innovation (mesurée à partir du nombre de brevets déposés), les entreprises de haute technologie, la diversité socioculturelle (communautés homosexuelles, étrangères, artistes...). La géographie de la bohème (mesurée grâce à l'indice bohémien, c'est-àdire la part des actifs exerçant un emploi artistique (musicien, danseur, photographe, auteur) dans la population active totale) est très concentrée et correspondrait à la géographie de l'homosexualité, mesurée grâce à l'indice gai (part des ménages où deux personnes de même sexe se déclarent concubins). Elle correspond également à la concentration de talent (personne ayant un diplôme équivalent à bac +4) et à la concentration d'entreprises de haute technologie. Ces indices lui permettent d'établir différents classements de villes (la plus créative, la plus tolérante,

la plus technologique³) dont les hiérarchies sont relativement similaires. Selon R. Florida, la concentration de la bohème produirait un environnement attractif pour d'autres types de talents (comme des ingénieurs, des juristes), qui eux-mêmes attirent ou créent des entreprises innovantes ou technologiques. Selon ce raisonnement, les entreprises s'installeraient là où se trouve la main-d'œuvre créative. L'ouverture à la diversité serait un signe, voire un gage de dynamisme économique. Il promeut alors l'idée d'un triptyque du développement économique: tolérance, talent et technologie, pour comprendre le dynamisme de villes comme San Francisco ou Seattle. Outre un rôle économique et un type d'activité professionnelle, les membres de la classe créative partageraient un certain nombre de valeur communes: l'individualisme et l'affirmation de soi; le mérite; la diversité et l'ouverture d'esprit (acceptation des différences culturelles et sexuelles). Soulignons que cette ouverture d'esprit revendiquée par la classe créative reste socialement limitée à cette classe; les différences (sexuelles, culturelles, comportementales) sont acceptées (et valorisées) au sein de la classe créative, ce qui n'implique pas nécessairement une ouverture aux autres catégories sociales.

Préférant les liens faibles aux liens forts, les individus créatifs rechercheraient l'anonymat des villes tout en appréciant la convivialité d'espaces de socialisation de proximité. Ils constitueraient une communauté créative gravitant dans des quartiers particuliers comme les quartiers en cours de gentrification. Un tel environnement créatif permettrait l'établissement d'une société créative, dotée d'un éthos créatif, qui s'immiscerait au sein même des modes d'organisation du travail. Pour R. Florida, la montée en puissance de la classe créative serait révélée par la diffusion et la généralisation de pratiques propres à ces milieux professionnels comme la permissivité des codes vestimentaires (l'absence de costume ou d'uniforme sur le lieu de travail), la flexibilité du temps de travail et la dématérialisation du lieu de travail remplacé par le travail à domicile (ou dans les cafés) ou sous forme de missions de courte durée chez les clients. Pour les travailleurs créatifs, le temps et le lieu du travail seraient de moins en moins délimités. Les logiques de fonctionnement traditionnel des entreprises (hiérarchique, sectoriel...) inhibant la créativité; de nouveaux modes d'organisation du travail plus appropriés aux entreprises d'innovation sont élaborés. Ainsi, que ce soit dans la sphère privée ou au travail,

^{3.} Respectivement: San Francisco, Austin et Boston (pour la créativité); San Francisco, San Diego et Los Angeles (pour la tolérance); et San Francisco, Boston et Seattle (pour la technologie) (Florida 2002).

l'expérimentation, en ce qu'elle a de créatif, deviendrait le fondement du quotidien des individus dans une société créative, et constituerait aujourd'hui une nouvelle normalité⁴.

Selon R. Florida, la classe créative deviendrait la classe dominante par son poids numérique, économique, social et culturel: plus qu'une économie de l'information ou de la connaissance, on assisterait à l'émergence d'une économie de la créativité, dont les outils et matériaux sont l'information et la connaissance, et où la créativité devient un avantage comparatif pour les entreprises, les territoires et les individus. Au-delà d'une catégorie de travailleurs, R. Florida définit la classe créative comme une véritable classe sociale, au sens où le type d'activité rémunératrice définit la classe sociale d'un individu. La classe créative serait une classe sociale, dont les membres ne sont propriétaires ni de capital, ni de force de travail, ni de moyen de production, mais de leur créativité. C'est par leur créativité qu'ils apportent de la valeur ajoutée à un produit ou à une idée. Prétendre que la classe créative serait une nouvelle classe sociale sous-entend que ses membres ont des intérêts communs, qu'il convient de satisfaire par des politiques publiques. Autrement dit, les politiques publiques locales doivent cibler les attentes, les goûts, les besoins de cette classe créative, qui forme une nouvelle élite, dans le but de créer une société locale créative, plus favorable au développement économique (Florida 2002).

Enfin, dans son ouvrage *The Flight of the Creative Class*, R. Florida affirme que les flux de talents sont désormais globaux. Actuellement, les États-Unis perdraient leur attractivité aux yeux de la classe créative. Le ralentissement des flux migratoires, observés après la mise en place du *Patriot Act* et de mesures plus restrictives en matière d'immigration, serait un handicap pour le dynamisme économique du pays (Florida, 2005). Ses détracteurs lui opposent des exemples de pays très dynamiques et pourtant sans immigrés comme la Finlande ou le Japon. R. Florida pointe également le risque de fuite des jeunes talents causé par la difficulté d'accès au logement à cause de prix immobiliers très élevés dans les villes actuellement très dynamiques (comme la baie de San Francisco).

^{4.} Selon R. Florida, «il est presque impossible d'être anticonformiste aujourd'hui car la conformité n'est plus un problème» (Florida, 2002, p. 13).

2. Une nouvelle théorie ou une synthèse pertinente?

L'intérêt principal des travaux de R. Florida réside dans sa capacité à rapprocher et à synthétiser un ensemble de travaux et théories existants, pointant des pistes de réflexion intéressantes, à l'interface entre les théories de géographie économique qui mettent en avant l'importance du face à face, des relations interpersonnelles et de la proximité des acteurs dans certaines activités économiques, et les essais d'analyse et de définition sociologique de certaines catégories sociales émergentes. Mais sur ces thèmes, il faut remarquer que ses principales références sont des essayistes et non pas des travaux scientifiques ou des textes s'appuyant sur un travail empirique. Pour certains critiques, son apport se limiterait à sa tentative d'élaboration d'indicateurs statistiques, eux-mêmes controversés. R. Florida n'apporte pas vraiment d'idées nouvelles, mais reprend celles qui sont déjà dans l'air du temps et les conforte en les teintant de scientisme par son approche statistique.

Richard Florida n'est pas le premier à se pencher sur les habitudes, modes de vie, goûts, besoins et attentes de ses contemporains, auxquels il ressemble tant. D'autres auteurs ont tenté de développer leur propre concept et leur propre terminologie. Par exemple, Mike Featherstone développe l'idée de nouveaux intermédiaires culturels («new cultural intermediaries »), spécialistes de la production symbolique, riches en capital culturel, jouant un rôle important dans la subversion des hiérarchies culturelles traditionnelles, et concentrés dans certaines villes offrant une large infrastructure culturelle. Ces individus exercent une activité professionnelle touchant de près ou de loin au monde de la culture, sans pour autant être des artistes proprement dits, et jouent un rôle de passeur ou de médiateur avec le monde de l'art (Featherstone, 1991). D'autres dénominations telles que: «manipulateurs de symboles», «travailleurs de la connaissance», «analyste symbolique», «créateurs culturels» ne connaissent pas toutes la même publicité et beaucoup tombent rapidement dans l'oubli. Il est difficile d'échapper à certains travaux journalistiques, souvent bourrés d'anecdotes, par exemple le livre sur les bourgeois-bohèmes de D. Brooks ou, plus parisien, le livre sur les intellos précaires de A. et M. Rambach (Brooks, 2000; Rambach et Rambach, 2001). Ces descriptions manquent d'objectivité, mais dressent quelques portraits et anecdotes assez exemplaires, même si le succès médiatique en France du terme «bobo» biaise les débats et les interprétations (Clerval, 2005).

En France, P.M. Menger rejoint les conclusions de R. Florida quand il considère les artistes, scientifiques et ingénieurs comme étant le « noyau dur d'une "classe créative" ou d'un groupe social avancé [...], avant-garde de la transformation des emplois hautement qualifiés » (Menger, 2002,

p. 7). Comme R. Florida, il estime que les valeurs associées au travail artistique (comme l'imagination, la singularité, l'implication personnelle) sont progressivement transposées dans d'autres types d'activités productives: «il faudrait désormais regarder le créateur comme une figure exemplaire du nouveau travailleur» (Menger, 2002, p. 8). Ainsi, le travailleur du futur ressemblerait aux représentations actuelles de l'artiste au travail: inventif, mobile, motivé. L'emploi artistique est aussi caractérisé par des revenus incertains, une très forte concurrence entre pairs, et des trajectoires professionnelles précaires. Le remplacement du salariat par des formes d'emplois atypiques dans de nombreux secteurs à forte valeur ajoutée tend à créditer cette thèse d'une flexibilisation généralisée (autoemploi, pigiste, intérim). Or, la précarité et la flexibilité du travail dans le monde artistique sont acceptées et supportées parce que les individus choisissent un travail et un mode de vie qu'ils espèrent épanouissants. Proposer comme modèle de travailleur flexible et précaire l'artiste au statut social valorisé n'est-il pas une stratégie pour rendre valorisantes et attractives des conditions de travail pénibles? L'usage du terme «créatif» minimise les spécificités de ces types d'emplois, et les difficultés quotidiennes qu'elles entraînent, tout en valorisant des missions matérialistes ou éthiquement critiquables (par exemple, les publicitaires qui s'autodésignent «créatifs» ou la «créativité financière» qui a conduit à la crise actuelle).

D'autre part, depuis les années 1990, les théories sur les districts créatifs affirment l'importance de l'ancrage territorial pour les entreprises créatives et contredisent les tenants de la dispersion géographique des activités grâce aux nouveaux modes de communication et de transport (notamment Storper, 1989; Saxenian, 1994; Verwijnen et Lehtovuori, 1999). Pour les activités non standardisées ni reproductibles, comme les activités artistiques, le design ou certaines formes de conseil, la métropole est le territoire où peuvent être résolus les problèmes d'organisation de la production en vue de la réduction des coûts et l'amélioration de l'efficacité. Dit autrement, pour tout un pan de l'activité économique (en un sens, l'économie créative), la proximité entre les acteurs est un moyen de réduire les coûts de transaction, car la résolution de problèmes complexes nécessite l'interaction de face à face et la négociation. La conception de nouveaux produits ou la réalisation de biens uniques nécessite la mobilisation d'une main-d'œuvre très spécialisée, très diverse et facilement accessible. La grande ville est le creuset où les réseaux professionnels sont plus denses et plus variés; elle permet la sous-traitance et la gestion du travail par projet. La coprésence sur un même territoire d'un vaste réseau de fournisseurs, sous-traitants et clients permet l'amélioration des échanges commerciaux. La proximité de différentes entreprises sur un même territoire permet une plus grande mobilité des travailleurs; parallèlement, elle construit un bassin de main-d'œuvre aux niveaux et types de qualifications variés, plus adaptés aux besoins changeants et pointus des entreprises. Cette coprésence et cette mobilité favorisent les relations interpersonnelles dans la sphère du travail et hors travail. Ces relations et ces réseaux permettent la diffusion des connaissances, l'émulation, l'information sur les innovations, etc. Pour les travailleurs, cette organisation se traduit par une croissance de l'emploi intérimaire, des contrats courts, des licenciements fréquents, la précarisation du rapport à l'emploi. Ils doivent s'adapter en multipliant les réseaux de relations personnelles et professionnelles, en développant des compétences très pointues et recherchées. Ce type d'organisation, si elle peut être vécue douloureusement par les travailleurs, favorise l'interconnaissance professionnelle et la diffusion des savoirs et de l'innovation. La concentration territoriale d'entreprises créatives produit une ambiance propice à l'innovation. Les travaux de sociologie urbaine sur la modernité métropolitaine et les mentalités et modes de vie citadins présentent la grande ville comme lieu de l'émancipation des modes de vie non traditionnels, qui seraient aujourd'hui les ferments de l'innovation technologique et du développement économique, en rupture avec le capitalisme bourgeois traditionnel (voir également Landry et Bianchini, 1995; Verwijnen et Lehtovuori, 1999).

3. Une thèse provocante sous le feu des critiques

Les interventions de Richard Florida auprès de décideurs locaux se multiplient et pourtant ses travaux sont l'objet de critiques multiples. Critiques idéologiques d'abord. Dans ses écrits, Richard Florida mélange une vision économique néolibérale et un libertarisme social, naviguant entre élitisme, hédonisme, radicalisme culturel et réalisme, voire conservatisme économique. Cette ambiguïté politique lui vaut des critiques de toutes parts. Les cénacles néoconservateurs voient dans la promotion de la diversité, et en particulier de l'homosexualité, un danger pour la famille et une attaque du mode de vie traditionnel américain. La gauche s'indigne de l'interprétation néolibérale des conclusions de ses travaux et leur traduction en termes de stratégie urbaine par la mise en œuvre de politiques publiques d'aménagement uniquement orientées vers la satisfaction des besoins des plus créatifs (souvent plus dotés en capitaux de toute nature), au détriment des plus pauvres. Car si R. Florida souligne qu'un nouveau fossé se creuse entre les «creatives have» et les «have not», se superposant aux inégalités socioéconomiques existantes, le sort de ces derniers ne le préoccupe guère. Par ailleurs, pour R. Shearmur, parler des compétences professionnelles en termes de talent n'est pas neutre et pose un problème éthique dans une société démocratique, puisque cela suppose une qualité

innée (le talent créatif), éventuellement améliorée par la formation, et s'oppose à l'apprentissage et au mérite. La notion de talent s'inscrit dans une vision aristocratique de la réussite professionnelle et sous-entend la réalisation d'une vocation (Shearmur, 2005), tout en étant évaluée à l'aune d'une variable *a priori* démocratique, le nombre d'années d'études supérieures (plus de quatre années). Or, le coût exorbitant des études universitaires aux États-Unis limite le caractère démocratique de cette variable.

D'un point de vue strictement scientifique, les travaux de R. Florida recèlent de nombreuses lacunes méthodologiques, qui discréditent ses conclusions et devraient en limiter la portée opérationnelle. Le premier problème vient de la définition même de la classe créative que donne R. Florida: elle est tellement vaste qu'elle perd toute pertinence pour l'analyse. Classer les villes selon le poids de la classe créative dans la population active s'avère sans grand intérêt, car les différences entre villes sont peu significatives, la part de la classe créative étant sensiblement la même dans les principales métropoles. D'autre part, l'usage qu'il fait de la notion de classe sociale est pour le moins simpliste. En ne s'attachant qu'au type d'emploi et aux modes de consommation, d'un point de vue strictement statistique, il omet une approche plus qualitative afin d'évaluer si les individus ont conscience d'appartenir à cette classe ou non. Il dissimule ce manque en illustrant son propos de son expérience personnelle et souligne l'importance des intérêts de cette classe qu'il faudrait protéger, voire satisfaire. Le choix et la construction statistique des différents indices sont également sujets à débat, en particulier l'indice gai. D'un point de vue strictement méthodologique, pourquoi choisir cet indicateur pour qualifier et quantifier la tolérance et pas un autre, comme les mariages interraciaux? Les indices gais et bohémiens révèlent des différences très faibles entre les villes (de l'ordre de 1%). Les classements selon ces indices perdent alors toute valeur analytique et interprétative. Marc Levine qualifie même ces indices de «bidon», car il n'a observé aucune corrélation entre ces indices et la croissance économique. Pour lui, non seulement la thèse de la classe créative est entachée d'approximations méthodologiques, mais elle serait empiriquement fausse (Levine, 2004). De même, le talent et la présence d'individus créatifs attirent-ils les entreprises innovantes? Le lien de corrélation entre présence d'individus créatifs et diplômés et croissance économique n'a rien d'évident. Il est hasardeux d'affirmer que l'attractivité de la classe créative créerait de la croissance économique. Le lien de causalité entre mouvement migratoire et croissance économique serait plutôt inverse: ce sont les plus grandes occasions professionnelles offertes par une économie locale dynamique qui attireraient les plus diplômés et créatifs. Les flux de diplômés ne sont pas la cause mais la conséquence de la croissance économique (Shearmur, 2005).

Enfin, ses préconisations en matière de stratégies urbaines s'appuient sur une confusion d'échelles. Selon R. Florida, pour devenir attractives, loin des politiques de création d'infrastructures ou des incitations fiscales, les villes devraient s'efforcer de devenir «cool» en proposant des cafés branchés, des événements culturels, des scènes marginales, des pistes cyclables et une législation progressiste envers les minorités (comme l'autorisation du mariage homosexuel). Il affirme également que ces créatifs préfèrent s'installer dans des quartiers au caractère authentiquement urbain, c'est-à-dire dans le contexte nord-américain, des quartiers centraux gentrifiés. Or, ses conclusions s'appuient sur des données à l'échelle des agglomérations. San Francisco, en tête de quasiment tous les classements de R. Florida, fait figure d'archétype de la ville créative. L'histoire bohème de certains quartiers (North Beach et Haight Ashbury), l'inscription territoriale de la lutte pour les droits civils des homosexuels (Castro) et la récente gentrification de la plupart des quartiers centraux (Soma, Mission) conforte cette conception de la ville créative. Pourtant, le dynamisme économique de l'aire métropolitaine s'inscrit en dehors de la ville centre, dans la Silicon Valley autour de San Jose. Les villes périphériques comme Dalston concentrent l'essentiel des programmes immobiliers en cours et connaissent la plus forte croissance démographique. En prônant les bénéfices économiques des effets d'agglomération, R. Florida confond systématiquement région métropolitaine et ville centre, et occulte la réalité des migrations intramétropolitaines, dirigées principalement vers les banlieues. Or, selon des enquêtes citées par Marc Levine, les choix de localisation résidentielle sont motivés par l'accès à l'emploi et au logement, la qualité des écoles et de l'environnement, et la sécurité; jamais par l'offre culturelle (Levine, 2004). Comme les autres catégories de travailleurs, les créatifs s'installent majoritairement dans des banlieues résidentielles homogènes. On imagine aisément que, contrairement à R. Florida, des avocats d'affaires conservateurs rentrant chaque soir en véhicule tout-terrain dans leur banlieue de Washington n'apprécieraient guère d'avoir pour coiffeur un guitariste tatoué. R. Florida a en effet la fâcheuse tendance à extrapoler ses propres goûts et besoins (en matière de pistes cyclables, par exemple) à l'ensemble de la classe créative et à prendre son cas personnel pour une généralité.

L'usage de méthodes proches du marketing pour présenter ses travaux, que sa position dans le monde académique⁵ enrobe d'un vernis de légitimité scientifique, et la confusion des genres entre l'expert et le consultant, entre celui qui fait le diagnostic et celui qui propose le traitement,

^{5.} Après avoir enseigné à la Carnegie Mellon University de Pittsburgh, il est aujourd'hui professeur à l'Université de Toronto.

posent un problème de déontologie. La publication de listes et de classements (la ville la plus créative, la plus bohème) s'inscrit dans une démarche marketing. La mise à jour de ces classements entretient l'entreprise du consultant R. Florida, diagnostiqueur de créativité et de potentiel créatif. Il s'agit ensuite pour les villes qui ont une chance de devenir créatives de faire appel au consultant R. Florida, prédicateur de politiques publiques pour attirer la classe créative⁶.

Comment, malgré ses défauts, ce concept bancal peut-il devenir opératoire et être exploité par les urbanistes, des travailleurs créatifs qui s'ignorent?

4. Portrait de l'urbaniste en créatif

Parce qu'elle permet l'accès à des services divers et rares, les découvertes aléatoires et la sérendipité, la multiplication des rencontres autant que l'anonymat, la ville constitue le biotope naturel de la créativité. Elle est l'espace de l'individu créatif qui peut y exprimer sa singularité. En quoi les urbanistes sont-ils des artisans de cette ville créative et renforcent-ils cette créativité par leurs interventions? La rencontre nationale des agences d'urbanisme françaises avait, en 2006, pour thème «Créacité. L'innovation urbaine en débat ». Au cours de ces rencontres, les professionnels de la production de la ville se sont présentés comme acteurs de la production des différentes acceptions de la «ville créative », comme le révèlent les actes et documents préparatoires de ces rencontres⁷.

La créativité est la capacité d'imaginer et de réaliser quelque chose de nouveau ou de trouver une solution originale à un problème. Elle s'appuie sur des savoirs ou des pratiques connus à partir desquels on imagine quelque chose de nouveau, en rupture avec les normes passées, ou pour résoudre un problème complexe. La créativité artistique renouvelle les propositions esthétiques; elle est associée au génie, au caractère inné et à la personnalité de l'artiste. Cette créativité des individus est la source des innovations; produits ou méthodes nouveaux qui bouleversent le mode de production, le produit, sa diffusion et le rapport avec le

^{6.} Le site Internet de son groupe de consultants, «creative class®», est en cela édifiant, tout comme l'apposition du signe ® au terme «creative class». Lors de ces conférences, il s'exprime davantage comme un présentateur de télévision ou un prêcheur que comme un universitaire.

^{7.} Les deux sources principales sont les hors série de la revue *Urbanisme* (n° 31, mars 2007) et du magazine *Techni.Cités* (n° 116, 8 octobre 2006) publiés à cette occasion.

consommateur. Le terme innovation fait référence à des dispositifs techniques et à la science, où les innovations sont des bouleversements de paradigmes radicaux qui changent irréversiblement la manière de travailler et de produire. Par exemple, dans la musique, des innovations technologiques (les instruments de musique électroniques [synthétiseur, boîte à rythmes, échantillonneur]) ont permis à des artistes de créer des œuvres et des genres nouveaux, de la *new wave* à la *house*. Aujourd'hui, d'autres innovations techniques, comme le *streaming*, changent le mode de diffusion et le rapport du consommateur à la musique. Cela pousse les diffuseurs traditionnels à se re-créer sur le support Internet et à l'ensemble des acteurs du système de production d'inventer de nouveaux modèles de rémunération.

Le champ de l'urbanisme est traversé par ce cycle créativitéinnovation. Par la complexité des problèmes qu'ils ont à résoudre, l'évolution rapide des pratiques professionnelles, et l'objet même de leur production où la conception et le design sont des éléments de valeur ajoutée, les urbanistes sont des travailleurs créatifs. Les professionnels de la ville, architectes, ingénieurs et urbanistes sont amenés dans leur travail à «réaliser des choses qui n'existent pas, à imaginer des solutions, à formaliser des problèmes nouveaux, à inventer, à innover» (Ascher, 2006, p. 43) et «sont souvent placées au centre des dynamiques d'innovation territoriale» (Rossinot, 2006, p. 3). L'urbaniste fait face à des situations toujours nouvelles et à des problèmes complexes où les intérêts et enjeux divergent. Pour inventer une solution qui réponde à cette complexité, il s'appuie sur des innovations récentes qui changent la manière de concevoir la ville. L'urbaniste est donc un travailleur créatif, qui mobilise les connaissances et compétences propres au champ de l'urbain pour imaginer et fabriquer de nouveaux espaces et de nouvelles formes urbaines. Il assume l'héritage du passé (du patrimoine médiéval des villes anciennes aux grands ensembles) et réinterprète les contraintes et les exigences actuelles pour produire et inventer la ville de demain.

Dans la métapole hypermoderne que décrit François Ascher, la différenciation et l'individualisation induisent une réflexion nouvelle sur la ville, où la prise en compte des besoins et intérêts individuels et collectifs, la gestion du risque et des incertitudes, amène à repenser le travail de l'urbaniste. La fabrication de la ville articule des enjeux et des objectifs variés, voire contradictoires: développement économique du territoire et des entreprises, épanouissement des citadins par l'amélioration du cadre de vie, égalité et équité de l'accès aux services et ressources de la ville, préservation de l'environnement, réduction de l'émission de polluants et amélioration de la performance énergétique des villes, amélioration des mobilités intramétropolitaines et de l'offre touristique, droit au logement décent pour tous, lutte contre l'insalubrité, attention portée aux dérives

spéculatives des marchés immobiliers, constitution d'un environnement favorable aux investissements des promoteurs, etc. Concevoir la ville comme espace du vivre (libre) ensemble se heurte à des demandes croissantes d'entre-soi (caricaturées dans les *gated communities*) et de mise à des distances des nuisances produites par des équipements collectifs (aéroport, voie routière, station d'épuration, équipement social, etc.). Les exigences de participation aux processus délibératifs au niveau local (multiplication des conseils de quartier, mise en place de budget participatif) entrent en contradiction avec la désaffection des scrutins à un échelon supérieur. Pris en tenaille entre les requêtes habitantes, les enjeux politiques et calculs des élus, et les propositions des concepteurs, l'urbaniste est remis en question et ses compétences se renouvèlent. La production de la ville s'appuie sur des compromis entre ces enjeux contradictoires.

L'urbaniste, intervenant dans un contexte d'incertitudes, agit en créatif. Dans un contexte incertain, où la rapidité de la diffusion de l'information donne à chaque événement une ampleur planétaire, la gestion du risque et de l'imprévu devient une compétence au cœur de l'action publique. La non-gestion de la canicule de 2003 et de l'ouragan Katrina ont décrédibilisé les gouvernements concernés. Catastrophes naturelles et sanitaires sont ici des métaphores des multiples aléas et crises que rencontrent les décideurs publics et urbains. La crise financière et l'explosion de la bulle immobilière, la fermeture de sites de production industrielle sont autant d'évènements imprévus qui bouleversent les plans d'aménagement et de développement et auxquels les projets urbains doivent être adaptés. La créativité est ainsi une modalité de l'intervention dans un contexte d'incertitudes et de changements. Face à des problèmes complexes, nouveaux et changeants, l'urbaniste doit inventer de nouvelles manières de produire l'espace (Ascher, 2001). Dans ce nouveau contexte, les compétences des professionnels de l'urbanisme évoluent. La maîtrise de la boîte à outils réglementaire est le socle qui permet l'émergence de nouvelles pratiques et l'invention de solutions originales à des problèmes et à des enjeux locaux différents. De nouveaux outils prennent place dans cette boîte: les contrats de partenariat public-privé, le code des marchés publics, la communication en web 2.0, les technologies de réalité mixte ou virtuelle comme support à la délibération (et non plus uniquement à la conception), la gestion par projet, les études de marché, les clean-techs et autres technologies vertes, etc. Autant d'outils et de méthodes mobilisés par les professionnels de l'urbain pour inventer et fabriquer la ville aujourd'hui. Certains programmes ou projets urbains exemplaires sont à l'origine d'innovations de gestion et conceptuelles qui sont ensuite reprises et adaptées à d'autres contextes. Ainsi, une large place est accordée dans ces rencontres *Créa.cité* à des présentations d'expériences de démocratie participative, où

l'intervention citoyenne dans la réflexion et la conception, voire la décision sur des opérations urbaines préfigureraient de nouvelles modalités de gouvernance urbaine. Bien que balbutiantes, ces expériences sont promues comme des exemples de créativité démocratique. Les innovations technologiques (notamment dans les services urbains) sont également considérées comme des outils d'un urbanisme créatif. En matière de transport, par exemple, les expériences de vélos en location libre-service (comme Vélib' à Paris) redéfinissent le système d'action en introduisant de nouveaux intervenants (les sociétés de mobilier urbain) et en inventant d'autres modes de contractualisation public-privé. Ce dernier point recoupe le constat d'une intervention croissante des acteurs privés (notamment les promoteurs immobiliers) dans la programmation et la gestion urbaine, en particulier dans le cadre de nouveaux partenariats public-privé du type PFI (Private Finance Initiative) au Royaume-Uni. De telles pratiques innovantes sont présentées de manière subjective et valorisante, sans remise en question approfondie de leurs limites.

Le travail de l'urbaniste n'est plus d'établir des règlements d'usage des sols (si tant est que cela n'a jamais été sa fonction principale), mais de traduire un projet politique en stratégie urbaine, de rendre possible sa concrétisation, et d'anticiper sur les usages et la gestion futures de l'espace (Frebault, 2006). Les plans d'urbanisme définissant les objectifs à réaliser font place à une pluralité de projets à mettre en cohérence. Loin d'une intervention au fil de l'eau et par coup-partis, l'action par projets nécessite une réflexion en amont complexe et approfondie, une anticipation des occasions et des besoins à venir, et une capacité d'adaptation et d'exploitation des événements, incidents et imprévus. La complexité des problèmes et des enjeux, la diversité des acteurs impliqués dans la production urbaine induisent le développement d'une réflexion stratégique en aval tenant compte de la faisabilité et de l'adaptabilité du projet urbain aux évolutions du contexte. Ces contraintes font émerger une nouvelle figure de l'urbaniste, le maître d'ouvrage urbain, qui œuvre comme un ensemblier au cœur d'un système d'acteurs de plus en plus large et diversifié: société HLM, promoteurs, opérateurs commerciaux, concepteurs (urbain, lumière, sécurité), élus, habitants, etc. Cette évolution des tâches et des métiers de l'urbanisme est un enjeu important pour la formation des urbanistes, considérés non pas comme des techniciens du PLU, mais comme des professionnels de la gestion de l'incertitude, de la résolution de problèmes complexes, de la compréhension d'enjeux multiples et contradictoires. Réflexif, participatif et itératif, l'urbanisme contemporain s'éloigne des prescriptions de l'urbanisme réglementaire pour devenir stratégique et réactif, s'adapter à nouvelles contraintes et aux aléas des projets. La réflexivité du travail de l'urbaniste est illustrée par la réappropriation par les

professionnels des travaux et recherches sociologiques sur le rôle des artistes dans la gentrification pour initier et justifier la régénération urbaine par le soutien à l'installation d'artistes dans des quartiers dégradés.

5. Réinventer la ville créative

Né d'un constat intuitif et démontré à l'aide d'un appareil statistique complexe, le concept de classe créative est promis à un avenir bibliométrique brillant, par l'agrégation de travaux de plus en plus nombreux et variés autour de la notion de créativité. Mais son exhortation comme nouveau paradigme contemporain et dogme du développement urbain est dangereuse et réductrice. Les contradictions politiques, entre l'idéal émancipateur (par la valorisation des gais et des immigrés) et l'interventionnisme néolibéral, sont révélatrices des difficultés à appréhender les théories de la classe créative et les nombreux débats dont elles sont l'objet.

Dans les documents des rencontres des agences d'urbanisme, la mise en scène des qualités créatives de la ville passe avant tout par une surexposition de l'offre culturelle des villes, considérée à la fois comme l'expression, le catalyseur et le symbole de la créativité d'une ville. Dans leurs discours, les acteurs de la production urbaine limitent souvent la créativité urbaine au dynamisme artistique et aux industries culturelles, qu'il convient de soutenir et de promouvoir pour devenir une « ville créative ». Dans le numéro préparatoire aux rencontres de la revue *Techni.Cités*, sur les vingt-trois articles, sept comportaient les mots «art» ou «culture» (ou un dérivé) dans le titre, et treize exposaient des expériences ou des points de vue sur l'apport de la culture dans le dynamisme créatif d'une ville. La confusion et l'amalgame volontaires entre culture et créativité attribuent à la ville des valeurs et des représentations positives associées à la production artistique: ses bienfaits sociaux et son caractère idiosyncratique et non-reproductible. Les références à des termes et symboles valorisés (créatif, créateur, artiste) redonnent une valeur d'usage à la ville et stimule l'imagination des acteurs urbains, qu'ils soient institutionnels (élus et techniciens, architectes) ou non (mouvements associatifs, initiatives locales). Associer la ville avec la création et la créativité, c'est re-reconnaître les qualités de la métropole, support de l'expression des différences et de la singularité. Cette esthétisation des thèses de la créativité éblouit les acteurs de la ville et les citoyens qui ne discernent pas le contexte néolibéral d'émergence de ces théories, où la violence des échanges économiques se traduit par une pression accrue sur des travailleurs (même qualifiés), par la généralisation de la flexibilité et de la précarité, par la mise en concurrence des villes pour attirer les entreprises et faire face aux délocalisations, par une exigence croissante de rationalisation des dépenses publiques.

Elle rejoint la tendance néolibérale à la réduction de l'État providence pour les plus démunis, parallèlement aux incitations fiscales pour les entreprises et les plus aisés. Les autorités locales interprètent les changements analysés par R. Florida comme autant de nouvelles attentes auxquelles il serait nécessaire de répondre pour attirer et maintenir la classe créative et les entreprises innovantes. Cela passe, par exemple, par une forme de cristallisation de la gentrification, que N. Smith considère comme étant l'objectif (caché) des politiques de régénération urbaine, grâce à des actions en matière de sécurité et de propreté (Smith, 2003). Au motif d'attirer cette classe créative, les politiques publiques ne risquent-elles pas de délaisser les problèmes des populations plus fragiles?

Le projet de ville créative doit être détourné de son acception néolibérale pour signifier une nouvelle utopie urbaine, une réinvention et une réécriture de la ville singulièrement différente de ce que ses gourous actuels professent. La ville créative promet de dépasser les représentations négatives de la ville industrielle où l'anonymat engendre l'anomie; et d'inventer une alternative urbaine qui cimente les utopies sociales et urbaines où se recoupent les enjeux sociaux, économiques, écologiques et culturels contemporains. Au-delà d'un simple effet de mode, la notion de ville créative induit la redécouverte et l'affirmation des qualités de la grande ville cosmopolite: lieu de l'altérité, des rencontres imprévues, des expériences inédites, de l'anonymat, de l'invention de nouvelles manières d'être et de faire, de la multitude et de la diversité des ressources. Elle exhorte à inventer une alternative urbaine où l'impromptu, le mouvement, la création sont au service de ses habitants et où se réinventent de nouveaux modes d'intervention et de régulation. Les acteurs de la ville créative sauront-ils concrétiser cette utopie urbaine?

Références

ASCHER, F. (2001). Ces événements nous dépassent, feignons d'en être les organisateurs. Essai sur la société contemporaine, La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube.

ASCHER, F. (2006). «Le "soft" de la ville », Techni. Cités, nº 116, p. 42-44.

BROOKS, D. (2000). Les bobos. Les bourgeois bohèmes, Paris, Florent Massot.

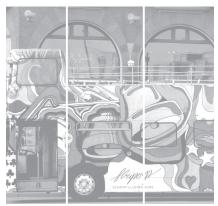
CLERVAL, A. (2005). «Les "Bobos", critique d'un faux concept, à propos du livre de David Brooks, *Bobos in Paradise*, *Cybergeo*, <www.cybergeo.eu/index766. html>, consulté le 2 octobre 2008.

FEATHERSTONE, M. (1991). Consumer Culture and Postmodernism, Londres, Sage.

FLORIDA, R. (2002). The Rise of the Creative Class: and How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, New York, Basic Books.

- FLORIDA, R. (2005). The Flight of the Creative Class, New York, Harper Business.
- FREBAULT, J. (2006). La maîtrise d'ouvrage urbaine, Paris, Le Moniteur.
- LANDRY, C. et F. BIANCHINI (1995). The Creative City, Londres, Demos.
- LEVINE, M. (2004). «La "classe créative" et la prospérité urbaine: mythes et réalités », Villes, Régions, Monde, Montréal, INRS Urbanisation, Culture et Société.
- MENGER, P.-M. (2002). Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme, Paris, Seuil.
- QUINCEROT, R. (2007). «Créativité de l'urbanisme: de nouveaux arts de ville?», *Urbanisme*, nº hors série 31, p. 40-42.
- RAMBACH, A. et M. RAMBACH (2001). Les intellos précaires, Paris, Fayard.
- ROSSINOT, A. (2006). «*Créa-cité*: l'innovation urbaine en débat. Introduction aux 27^e rencontres nationales des agences d'urbanisme», *Techni.Cités*, 8 octobre, nº 116, p. 3.
- SAXENIAN, A.L. (1994). Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128, Cambridge, Harvard University Press.
- SHEARMUR, R. (2005). «L'aristocratie mobile du savoir: quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida», *Congrès annuel de l'Association d'économie politique*, Montréal, <www.inrs-ucs.uquebec.ca/pdf/inedit2005_09.pdf>.
- SMITH, N. (2003). «La gentrification généralisée: d'une anomalie locale à la "régénération" urbaine comme stratégie urbaine globale », dans C. Bidou-Zachariasen (dir.), *Retours en ville*, Paris, Descartes, p. 45-72.
- STORPER, M. (1989). «The transition to flexible specialisation in the US film industry: External economies, the division of labour, and the crossing of industrial divides», *Cambridge Journal of Economics*, vol. 13, no 2, p. 273-305.
- VERWIJNEN, J. et P. LEHTOVUORI, (dir.) (1999). *Creative Cities. Cultural Industries, Urban Development and the Information Society*, Helsinki, University of Art and Design Publishing.

Chapitre



Le rôle des institutions dans l'économie créative

Marianna d'Ovidio

'économie de la culture, liée à la connaissance, à la créativité, à l'activité artistique et à la culture locales¹, représente aujourd'hui un des plus importants moteurs de développement du territoire. Le sujet anime le

^{1.} Nous utilisons la définition qui est proposée par la Communauté européenne dans le document The Economy of Culture in Europe de 2006. Les termes «économie de la culture» et «économie culturelle et créative» peuvent être considérés comme des synonymes. «The "cultural sector" includes non-industrial sectors producing non-reproducible goods and services aimed at being «consumed» on the spot [a concert, an art fair, an exhibition] and industrial sectors producing cultural products aimed at mass reproduction, mass-dissemination and exports. These are "cultural industries" including film and video, video-games, broadcasting, music,

débat sur la ville et suscite des réflexions, des propositions et des méthodes sur la façon dont des espaces urbains peuvent devenir des lieux de création et des centres d'innovation. Les politiciens, les chercheurs et les experts se demandent si et de quelle manière la politique est capable de donner un soutien aux secteurs économiques liés à la culture et à la créativité.

Au sein de ce débat, la vision de Richard Florida a eu un grand retentissement. En créant le terme de «classe créative», il a proposé une théorie simple et qui a connu un grand succès dans le domaine du développement de la ville.

Selon Florida (2002, 2005, 2008) les secteurs qui apportent du développement économique ont tendance à se localiser dans les lieux habités par la classe créative. Cette classe choisit villes et régions métropolitaines qui offrent de bonnes occasions de loisir, une grande qualité de vie, un climat social tolérant, etc. C'est ainsi que, selon l'auteur, les villes qui aspirent à obtenir le succès économique et à assumer une importance au niveau national et international doivent être en mesure d'attirer les professionnels créatifs en facilitant le processus d'insertion. Le type idéal floridien de la «ville créative» se fonde sur trois dimensions principales – le modèle des 3T. Selon ce modèle, un centre urbain créatif doit offrir un contexte avec un niveau technologique élevé (Technology), un bon niveau de capital humain (Talent) et un environnement social ouvert (Tolerance) (d'Ovidio et Mugnano, 2008). Selon Florida, chacun de ces T est nécessaire, mais en soi-même non suffisant; en effet, « pour attirer la classe créative, générer de l'innovation et stimuler la croissance économique, un lieu doit offrir les trois dimensions» (Florida, 2002, p. 2492).

Cette vision, à notre avis trop réductrice de la réalité, ne tient pas compte de la spécificité des contextes locaux, de leur histoire, de leur culture et de leurs modèles culturels, et se fonde sur la recherche d'une recette universelle du développement local urbain. La thèse de Florida doit justement son grand succès auprès des politiciens et des administrateurs des villes à cette simplification. Inversement, elle est largement critiquée par les chercheurs et les intellectuels.

book and press publishing. In the "creative sector", culture becomes a "creative" input in the production of non-cultural goods. It includes activities such as design [fashion design, interior design, and product design], architecture, and advertising. Creativity is understood in the study as the use of cultural resources as an intermediate consumption in the production process of non-cultural sectors, and thereby as a source of innovation » (European Commission, 2006, p. 44).

2. Traduction de l'auteur.

En revanche, comme nous allons le montrer, nous considérons fondamental de donner un espace aux particularités locales et aux spécificités de chaque contexte qui doivent être soutenues en reconnaissant la richesse de leur singularité. De plus, nous sommes fortement convaincus que le rôle de l'administration des villes et des institutions publiques est celui de soutenir la production culturelle locale à tous les niveaux et non de construire des villes «à la mesure de l'homme créatif», comme les théories floridiennes semblent l'évoquer. Nous reviendrons sur cet aspect dans les conclusions du chapitre.

Le débat autour des politiques culturelles n'est nullement nouveau; ce qui l'est, ce sont les argumentations et leur importance à l'intérieur du discours public. En esquissant très brièvement les contours des relations entre culture et politique, il est possible de déterminer trois phases principales dans lesquelles les stratégies culturelles prennent différentes significations et visent différents objectifs. Bianchini (2003) trace un parcours qui lie les politiques à la culture. Il observe que l'on est passé de la culture pour la politique à la culture pour l'économie, jusqu'à arriver à la culture pour le renouvellement urbain et social. Ce sont les principales tendances, qui doivent être considérées comme telles, en se rappelant que des lieux et des contextes différents suivent des parcours et des temps différents.

La culture apparaît avec force dans l'agenda des politiciens à la fin des années 1970 et devient immédiatement un concept important faisant l'objet de débat: les mouvements urbains sociaux de 1968 avaient une dimension culturelle très claire, puisqu'ils entrelaçaient culture alternative et politique (Mortimer, 2006). La culture est utilisée par les administrateurs locaux afin de réussir dans leurs objectifs politiques et sociaux: des actions de soutien et de revitalisation de la culture locale font leur apparition, tandis que des mesures d'élargissement de la culture à toutes les couches sociales sont mises en place.

Dans les années 1980, on assiste à une transformation radicale: le passage vers une orientation politique néoconservatrice et néolibérale fait en sorte que les politiques culturelles répondent à des objectifs économiques plutôt que sociaux. D'une part, les investissements privés dans la culture sont de plus en plus encouragés, d'autre part, une gestion correcte et le marketing des biens culturels locaux deviennent les finalités des actions de gouvernement.

Pendant les années 1990, les objectifs des politiques culturelles changent de nouveau et la culture devient l'instrument pour des stratégies innovatrices de renouvellement urbain. On se tourne vers la culture pour réhabiliter les quartiers dégradés et, en général, pour toute stratégie de développement urbain. Les possibilités offertes par les vastes zones

industrielles abandonnées sont exploitées par les villes pour créer de nouveaux quartiers avec des zones résidentielles, commerciales et culturelles. Cela se fait également grâce à des nouvelles formes de partenariat entre le public et le privé et de compétition internationale entre les villes. Le tourisme international, le programme européen sur les villes de culture, les investissements à l'étranger, voilà des exemples de zones de compétition entre les villes. La ville de Bilbao est un exemple très représentatif de cette transformation³.

Plus récemment, la culture est de plus en plus considérée, par les *policy makers*, comme la panacée pour tous les segments faibles de la vie urbaine ou locale⁴. Les stratégies de renouvellement urbain utilisent largement la culture et constituent les nouvelles zones urbaines autour des temples culturels, tels que les théâtres, les centres sportifs et les musées (Vicari Haddock, 2004). Les politiques qui s'adressent à la restructuration économique des villes cherchent à attirer la soi-disant classe créative (Florida, 2002; Peck, 2005; Pratt, 2008) pour améliorer l'industrie de la culture et, par conséquent, pour augmenter la richesse des villes.

On observe d'une part une augmentation des acteurs impliqués, d'autre part, paradoxalement, une adhésion des politiciens et des consultants aux modèles de politiques locales qui présentent un fort impact communicatif, mais qui sont rarement efficaces dans la réalité. En ce sens, nous croyons que le débat sur l'économie de la culture ne peut pas être limité à des facteurs d'attraction ou de soutien économique, mais qu'il est nécessaire, afin de résoudre cette contradiction, d'observer la pluralité des forces qui interviennent dans la définition de la réalité et de placer l'objet d'étude dans le contexte économique, politique et institutionnel auquel il se réfère.

Un des éléments souvent négligés est le rôle des institutions. Leur caractère décisif est souvent ignoré par ceux qui soulignent l'importance des facteurs *soft* (qualité de vie, tolérance et mixité sociale, etc.) de ce secteur économique. Il nous semble au contraire que l'enchevêtrement de la

^{3.} La requalification de la ville de Bilbao qui était un pôle industriel pour devenir une destination de tourisme culturel a été observée par plusieurs chercheurs et a donné lieu à des interprétations parfois opposées. C'est un exemple de débat sur l'efficacité des stratégies urbaines de requalification de la ville par le biais des investissements sur les infrastructures culturelles et sur le marketing urbain (Gomez, 1998; Plaza, 1999; Gomez et Gonzalez, 2001; Plaza, 2006).

^{4.} Le terme *cultural economies policies*, développé à la fin des années 1990 (Kong, 2000), reflète l'attention que les gouvernements locaux et nationaux dédient pour consolider le lien entre la culture et l'économie.

situation sociale, politique et économique des villes rend nécessaire une enquête sur le rôle central joué par les institutions en donnant forme à l'économie culturelle et créative locale. Si nous voulons élaborer une analyse exhaustive de l'économie de la culture, nous ne pouvons pas laisser de côté le contexte institutionnel qui la règle. C'est pourquoi l'observation d'un vaste éventail d'acteurs, d'usages et d'organisations qui opèrent en particulier au niveau local nous semble nécessaire.

Dans ce texte, nous proposons une analyse attentive du contexte institutionnel, afin de discerner les aspects les plus cachés de la trame du tissu social. L'objectif de ce texte est donc de fournir une clé de lecture interprétative afin d'analyser les institutions en lien avec l'économie culturelle créative. À travers la lecture de huit cas d'étude, nous présenterons un modèle pour l'analyse du rôle institutionnel lorsqu'il concerne le capital créatif ou innovateur, le capital économique et le capital relationnel (ou capital social). Dans les conclusions, nous proposerons de compléter le cadre en proposant une quatrième dimension. Nous verrons jusqu'à quel point les institutions sont en mesure de fournir un soutien à la production créative locale comme instrument d'inclusion sociale.

1. Les règles du jeu

L'exploration du rôle des institutions dans la vie économique de la société est désormais, sans aucun doute, une thèse importante pour les sciences sociales. L'affirmation « les institutions comptent » (institutions matter) s'est imposée dans le débat des sciences sociales (Jessop, 2001)⁵. À partir des années 1980, un nouveau courant d'étude, appelé néo-institutionnalisme sociologique, fait son apparition. Ce nouveau courant a comme objet principal l'analyse des organisations et des institutions. L'idée centrale du néo-institutionnalisme est celle de déterminer une «spécificité sociologique des organisations, en le conceptualisant dans un contexte historique et social constitué non seulement de liens matériels, mais aussi de règles juridiques et culturelles historiquement particulières et, de plus, peuplé par une série d'autres organisations ayant des buts similaires » (Regini et Ballarino, 2007, p. 15). Cette approche se propose, en outre, de comprendre les modalités d'institutionnalisation des champs organisationnels (Powell et DiMaggio, 1991), c'est-à-dire l'ensemble des organisations similaires qui résident dans un contexte précis. Elle analyse non seulement les

^{5.} L'auteur, en distinguant trois formes d'*institutional turn*, trace les parcours de l'évolution du débat et argumente sur les différents types de définitions d'institutions et leurs approches analytiques.

mécanismes formels de coordination et de contrôle, mais aussi les règles informelles et les relations sociales. De la même façon, North fait référence aux «échafaudages construits par les hommes », en les définissant comme des normes formelles et des principes informels qui dictent les règles du jeu (2005). Plus récemment, on assiste à un nouvel intérêt pour les institutions qui organisent l'action sociale. Ce qui caractérise l'analyse contemporaine est l'attention de plus en plus importante à l'égard de toutes les typologies d'institutions, non seulement celles traditionnellement considérées comme relevant du gouvernement, mais aussi l'ensemble des institutions formelles et informelles, les pratiques et les normes consolidées dans le temps. De plus en plus souvent, les économies contemporaines sont chapeautées par les relations entre les acteurs publics, les institutions économiques et des éléments informels: « The focus falls on building the wealth of regions (not the individual firm) with upgrading of the economic, institutional and social base » (Amin, 1999, p. 370).

Dans la recherche empirique sur l'économie de la culture, il nous semble que l'attention au rôle des institutions n'est pas suffisamment mise en relief, bien que cette thématique soit souvent au centre de l'intérêt des enquêtes théoriques. Des auteurs comme Allen Scott, Norma Rantisi ou Andy Pratt expriment la nécessité de considérer aussi le niveau institutionnel formel et informel.

Par exemple, Scott, en analysant les liens entre les économies régionales et urbaines et le champ créatif, considère important de souligner que la sphère économique de la ville créative est étroitement liée à la sphère institutionnelle et politique (2006, p. 8). Jeffcutt et Pratt soulignent aussi que la créativité nécessite un contexte institutionnel capable de la nourrir. À leur avis, ce contexte est constitué par des individus, des institutions et le gouvernement, et cela parce que la créativité est un processus qui unifie les acteurs sur des plans différents. Par conséquent, les auteurs expriment la nécessité de saisir comment la créativité est comprise et exprimée dans différents contextes institutionnels (2002). Enfin, Leslie et Rantisi soutiennent l'importance d'une étude du rôle des institutions en soulignant que le développement économique est toujours lié à la capacité des institutions de s'adapter au changement de la société de plus en plus complexe, qui est réglée par une multitude d'acteurs publics et privés (2006).

Notre contribution veut répondre à cette sollicitation en fournissant un cadre théorico-méthodologique à l'intérieur duquel étudier et analyser le rôle des institutions de l'économie de la culture. Nous nous proposons une direction interprétative multidimensionnelle qui a comme but de lire l'action institutionnelle à travers les effets sur l'économie de la culture. En suivant l'approche néo-institutionnaliste, nous plaçons l'industrie de

la culture dans le contexte institutionnel de référence et nous allons déterminer quels effets ont les institutions sur la production culturelle ou créative locale.

À ce propos, il est nécessaire d'éclaircir les termes que nous sommes en train d'utiliser. Pour ce qui concerne le terme institutions, nous nous en tenons à ce qui est dit par North, qui renvoie aux règles du jeu. Nous nous référons à tous les ensembles normatifs qui règlent et prescrivent les formes de comportements individuels ou collectifs à travers une série d'incitations et de mécanismes de sanction. Ensuite, en nous proposant de déterminer quels effets ont les institutions sur la production locale, nous voulons voir de près comment est mise en place une action (ou un groupe d'actions) institutionnelle sur la production locale créative en termes d'amélioration de la performance économique, du pouvoir innovateur et créatif du secteur, de la typologie des sujets impliqués et du degré de participation. Notre propos est donc d'offrir un modèle d'analyse des institutions qui s'intéresse aux effets des institutions sur les milieux de l'économie de la culture.

2. Huit cas d'étude pour la construction d'un schéma analytique

Nous commençons par la lecture transversale de huit cas d'étude, tirés de la littérature, dans lesquels l'action institutionnelle est analysée. Nous avons choisi les cas selon deux critères: le type d'institutions et les objectifs déclarés. Nous nous sommes concentrés sur les institutions formelles, aussi bien publiques que privées, qui mettent en place des actions de soutien adressées aux acteurs engagés dans l'économie culturelle. Pour cela, la sphère d'action est toujours le marché, bien que, comme nous le montrerons ensuite, toutes les opérations puissent être orientées vers des milieux situés en dehors de la sphère économique. Nous avons choisi de réduire notre champ d'étude afin de rendre notre discours plus clair et aussi afin de construire un modèle préliminaire qui puisse permettre d'élargir la perspective d'enquête en analysant différentes typologies. Nous n'avons donc pas considéré le tiers secteur, ni les institutions publiques qui ne sont pas liées, dans leurs objectifs et dans leurs actions, à la sphère économique.

Les cas d'étude seront examinés en appliquant le modèle analytique que nous proposons. Ces exemples ne prétendent pas constituer un échantillon de tous les cas possibles, et nous ne désirons pas non plus construire une taxonomie. En revanche, ils peuvent être considérés comme de bons points de départ pour bâtir notre proposition d'analyse. En particulier,

nous avons choisi quatre cas d'institutions du Québec, une région où, grâce à un système de gouvernance inclusif (le «modèle québécois»), les politiques culturelles ont donné lieu à un processus de mise en jeu de plusieurs acteurs (publics, privés et troisième secteur), capables de promouvoir des projets culturels d'une certaine importance (Klein et Tremblay, 2009). Nous pensons que l'étude attentive de l'action institutionnelle de ce contexte peut nous offrir des cas très stimulants. Voici donc les huit cas sur lesquels repose notre analyse:

- 1) Banca Etica (Italie). Il s'agit d'une banque commerciale qui fonde ses actions sur les principes de la finance éthique (transparence, droit d'accès au crédit, efficacité et attention aux conséquences non économiques des actions économiques) (<www.bancaetica.com>, dernière consultation, juillet 2008). Parmi les différentes actions de crédit, elle offre des prêts à des compagnies de théâtre qui travaillent dans les prisons, avec les minorités ethniques, etc. (ERICarts, 2002).
- 2) La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) (Québec) est une agence provinciale basée à Montréal, qui dépend du ministère de la Culture du Québec. Elle fournit des services de soutien économique pour la commercialisation et la distribution des produits d'activités artisanales ou apparentées. Elle exerce aussi les fonctions d'une banque commerciale (<www.sodec.gouv.qc.ca>, dernière consultation, juillet 2008).
- 3) Centre national de la cinématographie (France). Le CNC est une organisation publique qui soutient l'industrie cinématographique française de façons différentes: à travers des prêts, en fournissant un soutien à plusieurs activités de formation, en commanditant le festival cinématographique de Cannes, en organisant une série d'événements qui favorisent la rencontre entre les producteurs, les metteurs en scène et les opérateurs, etc. Une commission, la Commission supérieure technique de l'image et du son (CST), a été spécialement créée pour l'innovation technologique et elle soutient la recherche dans le domaine de l'audiovisuel (<www.cnc.fr>, dernière consultation, juillet 2008).
- 4) L'Institut du design Montréal (IDM) (Québec) est une organisation à but non lucratif créée par la mairie de Montréal. Formellement, elle a la mission de «promouvoir le design en tant que valeur économique et faire de Montréal un centre de design de calibre international» (<www.idm.qc.ca/>, dernière consultation, 6 août 2008). Parmi ses programmes, citons: l'organisation d'ateliers et de conférences, le financement de bourses et de stages pour les étudiants

- universitaires en design, l'affectation de fonds dédiés à des jeunes entreprises et à des activités économiques de jeunes designers, le soutien aux entreprises pour intégrer design et production
- 5) Le Consorzio delle Langhe (Association des Langhe) (Piémont, Italie). Cette association représente un exemple de ce que Santagata (2004) appelle les districts culturels institutionnalisés. Pour l'auteur, le terme indique les contextes de production locaux qui acquièrent un label pour sauvegarder la qualité des productions locales. La région du Chianti en Toscane en est un autre exemple. Dans ces contextes, la production de vin est protégée par le label « dénomination d'origine contrôlée » (DOC), qui assure la qualité des vignobles et des moyens de production (<www.langhe.it>, dernière consultation, juillet 2008).
- 6) La compétition annuelle *Commerce Design Montréal* (Canada), organisée, comme le programme IDM, par la mairie de Montréal. Cette compétition attribue des prix aux espaces publics qui renouvellent leur décor intérieur avec un design innovateur et en utilisant le travail des designers locaux (<ville.montreal.qc.ca>, dernière consultation, juillet 2008). Le travail de cette institution est intéressant, bien que son programme n'ait pas une longue tradition et qu'il ne soit pas non plus très connu, dans la mesure où il associe l'espace public avec l'attention au design. La dimension urbaine de cette institution et son lien avec le design la rendent, selon nous, digne d'être observée et étudiée.
- 7) Le Programme de crédit d'impôt provincial (Québec) est un programme du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation(MDEIE) du Québec, qui accorde des crédits d'impôt aux entreprises de la province qui utilisent les services d'un designer qualifié dans plusieurs secteurs productifs, tels la production de design industriel, de mode, de décor intérieur, etc. (<www.mdeie.gouv.qc.ca>, dernière consultation, juillet 2008).
- 8) Les *Istituzioni della cultura* (Milan, Italie). Ce cas nous présente, à la différence des précédents, une situation où les institutions de la ville sont absentes. Pour un secteur économique aussi important que celui de la mode et du vêtement, cette absence est dommageable. L'industrie de la mode de Milan est en train de vivre une situation paradoxale: d'une part elle est, sans aucun doute, considérée comme une des quatre capitales mondiales de la mode (avec Paris, Londres et New York); de l'autre, de plus en plus dans les dernières années, les acteurs et certains chercheurs dénoncent une crise du secteur. Ce paradoxe est souligné par la

difficulté des jeunes à trouver une place dans ce monde, par la difficulté des opérateurs à être présents aux défilés, par les rares liens qui se créent entre les stylistes et les écoles de mode (d'Ovidio, 2008; Amadasi et Salvemini, 2005). Plusieurs sources dénoncent l'inefficacité des institutions culturelles à soutenir et à nourrir la créativité milanaise, aussi bien en offrant un soutien pour les jeunes (espaces d'exposition, incitations, etc.), qu'en élaborant des politiques culturelles pour le long terme (Xing, 2004; Mingione *et al.*, 2008).

Tableau 7.1 Cas d'étude

	Institutions	Description
1	Banca Etica (Italie)	Soutien économique pour des associations qui s'occupent d'insertion sociale grâce à des productions théâtrales
2	Société générale de développement des entreprises culturelles (SODEC) (Québec)	Soutien pour la commercialisation et la production d'activités artisanales
3	Centre national de la cinématographie (CNC) (France)	Soutien à l'industrie cinématographique française
4	Institut du Design Montréal (IDM) (Québec)	Soutien à l'industrie du design de Montréal
5	Consorzio delle Langhe (Italie)	Mesures de protection à la production culturelle locale
6	Commerce Design Montréal (Québec)	Prix aux espaces publics avec un design innovateur
7	Programme de crédits d'impôt (Québec)	Crédits d'impôt aux entreprises qui travaillent avec des designers
8	lstituzioni della cultura (Milan, Italie)	Soutien et promotion pour la culture et l'art local

3. Les trois capitaux de l'économie de la culture

Pour poursuivre la présentation du cadre théorico-méthodologique que nous voulons proposer, il est nécessaire tout d'abord de définir l'économie de la culture et ses caractéristiques principales.

À travers l'analyse des cas empiriques des contributions théoriques qui animent le débat⁶ sur l'économie créative et culturelle, nous observons que ce segment de l'économie est caractérisé par des produits (objets et services) dont la valeur dérive plus du contenu symbolique et culturel que du contenu matériel. Il est possible de décomposer un objet culturel selon les aspects d'innovation et de créativité qui le caractérisent, le circuit économique dans lequel il est inséré et l'ensemble des individus associés à cet objet. Sont présents aussi bien des acteurs économiques, des agents culturels, créatifs et innovateurs, que des flux de connaissance et de savoirfaire qui irriguent les différents acteurs. Ce secteur est souvent plus florissant quand les trois aspects (l'innovation, l'économie et les relations) sont entrelacés entre eux dans un mélange d'art, d'affaires et de réseau d'acteurs (Scott, 2006). En utilisant le langage classique des sciences sociales, nous pouvons dire qu'un produit de l'économie de la culture dérive d'un mélange de capital créatif, capital économique et capital social.

3.1. Le capital créatif

La valeur d'un produit culturel dérive, de fait, des éléments culturels, symboliques et artistiques qui le composent, plutôt que du matériel physique dont il est fabriqué. La valeur d'un livre n'est pas déterminée par le papier et l'encre, mais par le contenu de ses pages. Au même titre, quand nous achetons un parfum, nous sommes bien conscients que son prix ne vient pas du coût de l'alcool et des fragrances, mais de l'ensemble des symboles, du statut et de l'imaginaire qui y sont associés. Quand tous ces éléments culturels, artistiques et créatifs entrent dans un processus d'exploitation, ils sont soumis aux règles du marché. Une des conséquences de ce processus est qualifiée d'inflation symbolique par Harvey (1990). Il s'agit du processus qui fait que chaque objet doit être constamment réinventé, recouvert de symboles ou réassemblé pour pouvoir tenir sur un marché qui est toujours à la recherche de nouveautés. La transformation continuelle des styles de mode, de courants intellectuels, du star-system, ne sont que quelques-unes des conséquences visibles de l'inflation symbolique. De fait, pour le succès de l'économie de la culture, il est nécessaire d'introduire des produits sans cesse renouvelés, d'inventer toujours de nouveaux signes et de nouveaux symboles (Negus, 1997; Molotch, 2003). Nous pouvons définir le capital créatif comme la capacité de continuellement innover et de proposer des produits originaux.

^{6.} Voir entre autres Markusen et al. (2008) pour une synthèse sur le débat.

3.2. Le capital économique

Les créateurs, les artistes et les travailleurs dans la culture évoluent aussi à l'intérieur des logiques de marché et pas seulement en fonction de leur créativité. La solidité économique se révèle particulièrement cruciale dans le secteur de la culture pour au moins trois raisons principales. Tout d'abord, la compétition est très élevée dans un marché en changement extrêmement rapide et sujet au processus d'inflation symbolique (Hirsh, 2000; Pratt, 2006); de plus, puisque les marchandises sont jugées sur la base de leur valeur symbolique et esthétique, au moment de l'entrée sur le marché d'un produit, il est très difficile de pouvoir prévoir son succès (Entwistle, 2000). Enfin, l'économie de la culture est souvent caractérisée par des coûts de développement très élevés confrontés à des coûts de reproduction très bas (Bassett *et al.*, 2002). Cela rend les investissements encore plus importants que dans l'industrie traditionnelle, dans laquelle les économies à large échelle permettent la réduction des coûts.

3.3. Le capital relationnel (ou capital social)

Le rôle et l'influence du capital social ont été estimés par plusieurs auteurs en rapport avec tous les aspects de la société, de la politique à l'économie, de la famille aux mouvements sociaux⁷. L'analyse théorique et la recherche empirique font ressortir que ce capital est particulier (sans être exclusif) à l'économie fondée sur la culture. Tout d'abord, plus que tout autre secteur, celui de la culture est organisé en réseau. Ces réseaux se développent horizontalement dans le cas où les opérateurs du même niveau sont en relation entre eux, ou alors verticalement quand les opérateurs qui travaillent dans le même secteur, mais sur des niveaux différents, collaborent pour une même production. De plus, un des aspects cruciaux de l'économie de la culture est le développement des relations de coprésence ou de vis-à-vis. Il a été montré que ces relations sont un outil capable de stimuler la créativité (Becker, 1982; Molotch, 2003), de construire des relations de confiance (Banks et al., 2000), de fournir légitimité et reconnaissance (Storper et Venables, 2002) et de créer de nouveaux postes et de nouveaux projets (Pratt, 2000) dans l'industrie de la culture plus que dans d'autres secteurs.

Le modèle que nous allons présenter pour l'étude des effets des institutions sur l'économie de la culture repose sur l'analyse de ces trois capitaux. Ce modèle se propose d'étudier comment les institutions agissent sur les différents versants. L'effet des institutions sur l'économie de la culture se décline en capital créatif, économique et relationnel.

Woolcock (2001) esquisse, de façon schématique, le débat mené dans les dernières années.

4. Les institutions au travail

Les huit cas qui ont été choisis peuvent être démontés et recomposés dans la perspective du schéma d'analyse présenté plus haut, c'est-à-dire en considérant le rôle de l'institution comme une action qui agit sur un ou plusieurs capitaux (créatif, économique, social). Ainsi, la *Banca Etica* en Italie et le Centre national de la cinématographie en France agissent sur le capital économique, le programme Commerce Design Montréal a une influence sur le capital innovateur et l'Institut Design Montréal sur le capital relationnel.

Ce genre de synthèse ne donne pas plus qu'une simple taxinomie sur les actions institutionnelles. Ce que peut offrir le modèle que nous présentons ici est, en revanche, une lecture profonde des effets des institutions sur chaque cas particulier. Il est possible d'enquêter non seulement sur les effets directs des institutions, mais aussi et surtout sur les effets indirects des actions institutionnelles, comme nous le montrerons dans les pages qui suivent. Les institutions peuvent certainement favoriser la production culturelle locale, mais elles peuvent aussi avoir des résultats imprévus sur d'autres domaines, ou encore peuvent s'y opposer. Nous présentons d'abord les cas dans lesquels les institutions réussissent à soutenir le tissu productif culturel local pour ensuite passer à des situations plus critiques.

4.1. Les institutions qui réussissent

La Banca Etica agit directement sur le capital économique: elle offre du crédit, avec des taux d'intérêt très bas, à des compagnies de théâtre qui fonctionnent en situations non conventionnelles (minorités ethnicolinguistiques, situations de marginalisation sociale). Grâce à son action, elle soutient un réseau d'acteurs privés, publics et du tiers secteur qui, autrement, n'existerait pas. Il a été observé (ERICarts, 2002) que la production culturelle qui se génère à partir de ce capital social est extrêmement innovatrice et radicale, capable de renforcer l'ensemble du paysage de la production théâtrale. Nous interprétons donc l'action institutionnelle non seulement comme dirigée vers le capital économique, mais comme soutien du capital relationnel qui génère, à la fois, du capital innovateur.

La SODEC est une institution publique qui a une action similaire à celle de la *Banca Etica*. En effet, elle est orientée vers le soutien économique aux entreprises, finance des stages ou agit comme source de financement dans le secteur culturel. Son mandat consiste à «promouvoir et soutenir l'implantation et le développement des entreprises culturelles, y compris les médias»; elle intervient dans les domaines du cinéma et de la télévision, de la musique et des variétés, du livre, du patrimoine immobilier, mais aussi des métiers d'art, ce qui en fait le pivot de la

créativité et de l'innovation locale (Leslie et Rantisi, 2006). Même en agissant comme institution financière, la SODEC a développé une grande capacité à reconnaître la valeur économique de la créativité de certaines productions et, par conséquent, elle offre des taux d'intérêt assez bas. Son action explicite est donc orientée vers le capital économique, qui se traduit en soutien au capital innovateur.

Nous avons vu deux institutions qui, en soutenant directement le capital économique, favorisent le développement de l'innovation culturelle: en Italie dans le théâtre, grâce à la naissance de collaborations indirectes entre privés et troisième secteur; dans la production artisanale de Montréal, où les petits artisans et les industries culturelles sont encouragés à exprimer leur créativité, en créant un cercle vertueux qui les autoalimente.

Nous avons vu deux institutions qui, en soutenant directement le capital économique, favorisent le développement de l'innovation culturelle: en Italie dans le théâtre, grâce à la naissance de collaborations indirectes entre privés et troisième secteur; dans la production artisanale de Montréal, où les petits artisans sont encouragés à exprimer leur créativité, en créant un cercle vertueux qui les autoalimente. Voyons maintenant deux institutions qui soutiennent un secteur économique local: en France, le CNC, qui favorise l'industrie cinématographique, et à Montréal, l'IDM, qui soutient l'industrie du design.

L'action du CNC (Centre national de la cinématographie) a été analysée par Allen Scott dans une étude sur la production cinématographique française (2000). Tout d'abord, Scott observe comment le rôle principal du CNC, au-delà du soutien financier, est celui de créer un lien entre les différents sujets en fournissant, d'un côté, le soutien économique là où cela manque, de l'autre, en créant des relations nouvelles entre acteurs. De plus, à travers la commission CST, il favorise le développement technologique. Nous pouvons donc interpréter l'action du CNC comme dirigée aussi bien vers le soutien du capital économique (réduction de la charge fiscale) que vers le soutien du capital innovateur (surtout grâce au CST), et vers le capital relationnel. C'est à ce dernier niveau en particulier que s'exprime l'importance de l'action institutionnelle, dans la mesure où elle s'appuie en premier lieu sur les divers acteurs de l'industrie cinématographique française (Benghozi, 1989).

L'IDM a comme but explicite l'action sur la sphère économique du design. Pour cela, l'IDM construit des réseaux d'acteurs, aussi bien entre des acteurs internationaux et privés qu'entre les acteurs privés (Leslie et Rantisi, 2006). Il offre aussi des prix de design et offre des stages aux jeunes designers. Son action est pour cela tournée vers le capital relationnel avec l'objectif d'amplifier le capital économique en soutenant le capital

innovateur. En effet, l'IDM a un programme qui met en réseau des designers et des entreprises petites et moyennes, d'une part afin d'aider les designers à se faire connaître, d'autre part en organisant des services de consultation qui déterminent les aspects qu'il faudrait améliorer dans la définition du produit. L'institut organise des conférences et des sessions de remue-méninges où les designers, les opérateurs du secteur, des universitaires et des politiciens sont invités à réfléchir et à discuter ensemble sur différentes thématiques liées au design.

Nous terminons cette partie de présentation des cas d'étude et verrons plus loin les cas qui nous semblent avoir échoué.

Les districts culturels institutionnalisés ont des effets positifs et négatifs dans le soutien de la production locale et dans l'amélioration de la performance (Santagata, 2004). Dans ce paragraphe, nous présentons les effets vertueux, et nous verrons plus loin les effets pervers. Les effets vertueux sont la protection de la culture⁸ d'une communauté dans une certaine région grâce à la création d'un label réservé uniquement aux producteurs locaux; la protection contre les copies non autorisées de biens locaux et l'incitation à la production de biens de haute qualité; l'augmentation des réseaux de producteurs locaux et le soutien à l'échange d'informations; la définition des normes de qualité qui, à leur tour, favorisent l'entrée de nouveaux producteurs capables de soutenir le même niveau de production et de combattre la compétition négative; enfin, comme conséquence de cet enchaînement d'effets, l'augmentation des prix en raison de l'amélioration du produit. Les districts locaux institutionnalisés sont le produit d'un réseau d'acteurs qui ont pour origine le capital relationnel local. Les effets peuvent être interprétés comme une amélioration et une croissance du capital innovateur et du capital culturel (dans ce cas, il s'agit du capital qui dérive de la culture locale) qui ont une répercussion sur le capital économique.

4.2. Les institutions qui échouent

Nous présentons maintenant certains cas qui encouragent des actions qui défavorisent la production locale ou qui, n'étant pas en mesure de conjuguer ensemble capital économique, culturel et social, ne constituent que partiellement une aide pour l'économie de la culture. Comme nous le verrons, nous définissons les échecs non pas en tant qu'institutions qui échouent dans leurs objectifs, mais plutôt en tant qu'expériences ayant une stratégie qui nous semble limitée à une seule dimension de l'économie

^{8. «}Les composantes tangibles et intangibles enracinées dans les biens et dans les services produits localement» (Santagata, 2004, p. 13).

créative (par exemple une stratégie fondée uniquement sur la subsistance économique, ou uniquement sur la mise en place de réseaux, etc.). Nous croyons en effet, comme nous l'avons indiqué, que seules des mesures capables d'opérer à plusieurs niveaux et en créant une synergie peuvent être d'un réel bénéfice pour l'économie créative culturelle et locale.

Le programme Commerce Design Montréal, bien qu'atteignant des objectifs positifs, n'a jamais été en mesure de vraiment soutenir fortement l'industrie du design (Leslie et Rantisi, 2006). Le programme a été en partie un succès, puisque les espaces publics ont gagné de la visibilité et de la réputation, il a créé des occasions de travail pour les designers, a stimulé la curiosité du public vis-à-vis du design et a encouragé le tourisme. Néanmoins, les effets sont plutôt orientés vers le renouvellement urbain et le tourisme que vers le soutien de l'industrie et du design comme tels (Leslie et Rantisi, 2006). L'action est concentrée sur l'aspect financier, beaucoup moins sur l'élargissement du capital relationnel des designers. De notre point de vue, l'institution n'est pas en mesure d'intervenir sur le capital innovateur⁹.

Un cas qui mérite l'attention est celui du programme de crédit d'impôt. Si d'une part il a obtenu de nombreux succès dans le domaine de la mode et du design, d'autre part, certains auteurs critiquent la valeur réelle de ce programme dans le développement du design (Leslie et Rantisi, 2006). Les auteurs soulignent deux aspects en particulier. En premier lieu, du point de vue de la présentation du programme et de son développement futur, selon les auteurs, il y a une certaine timidité dans le soutien aux projets, ce qui rend difficile leur mise en œuvre complète. Ensuite, le programme voit le design comme s'il s'agissait d'un coût à assumer et non comme s'il était une valeur en soi-même, en limitant son action du point de vue économique. Encore une fois, il est possible de schématiser le rôle de ce programme comme centré sur le capital économique, un peu sur le capital relationnel et très faiblement sur l'innovation, cette dernière étant concentrée chez les designers eux-mêmes.

^{9.} À ce propos, nous rappelons le cas d'une institution analogue qui a eu, surtout dans le passé, des résultats très positifs dans le soutien de la production du design en Italie en général, et à Milan en particulier. Le prix *Compasso d'Oro*, institué pas les grands magasins *La Rinascente* en 1954, a comme but de promouvoir les objets d'utilisation quotidienne dessinés par des jeunes designers italiens. Surtout dans les années de sa création, le concours a représenté un stimulus à la fois pour le public à s'intéresser aux objets de design que pour les créateurs à dessiner des produits toujours nouveaux. La compétition et la renommée qui suivront favoriseront la diffusion d'objets, d'ameublement et de décoration de design en favorisant l'expansion et la consolidation de l'industrie du design milanaise.

En ce qui concerne le *Consorzio delle Langhe*, et en général les districts culturels institutionnalisés, il faut noter aussi des effets défavorables sur la production locale. Selon Santagata (2004), ces institutions peuvent encourager des comportements de *free rider* dans le cas où des individus ou des groupes, utilisant le label, offrent des productions de mauvaise qualité. Dans ce cas, il peut arriver que l'association soit abandonnée par ceux qui sont intéressés par la qualité, d'où la réduction de la valeur de la production portant le label local. Ces situations se produisent quand l'institution perd de la force, c'est-à-dire quand le capital relationnel, qui est à l'origine de l'institution, diminue. Dans ce cas, les acteurs uniquement intéressés au capital économique utilisent l'institution en vue de cet intérêt au détriment du capital culturel.

Examinons le cas de l'industrie de la mode de Milan. Comment pouvons-nous interpréter l'action institutionnelle dans ce contexte en utilisant le schéma que nous avons proposé? Nous nous trouvons face à une situation où le capital créatif et relationnel ont un passé important et où le capital économique est florissant. Néanmoins, nous remarquons qu'aussi bien le capital relationnel que le capital innovateur sont en crise. Le premier parce qu'il n'arrive pas à se renouveler, le deuxième parce que, à cause du manque de renouvellement, il n'arrive pas à s'entretenir. Quel est le rôle des institutions culturelles? Si nous formalisons l'action institutionnelle selon notre modèle, il est possible d'affirmer que le manque d'un soutien institutionnel au capital innovateur affaiblit, avant tout, le capital relationnel de l'industrie de la mode de Milan. Il est possible de prévoir comme effet pervers de cela une crise économique du secteur. En effet, le manque de politique culturelle de soutien à la créativité tend d'un côté à ne pas encourager les jeunes créatifs, d'autre part à favoriser le départ de ceux déjà présents sur le territoire. S'il est vrai que le manque de contacts avec les écoles de mode de Milan favorise l'engagement de designers étrangers, il est aussi vrai que ceux-ci ont tendance à rester à Milan pour de courtes périodes. Les designers étrangers quittent souvent la ville pour aller travailler dans des environnements plus créatifs, ce qui affaiblit le capital culturel local (d'Ovidio, 2008; Xing, 2004).

Conclusion

Cet article part de la constatation d'une lacune dans les réflexions théoriques et empiriques concernant l'action des institutions sur l'économie de la culture. Avec cet essai, nous nous sommes proposé de présenter un cadre théorico-méthodologique qui permet d'analyser l'action institutionnelle sur trois fronts: la capacité d'innovation (capital créatif), la force économique (capital économique) et le patrimoine relationnel (capital social). À

travers la présentation de huit cas d'étude, nous avons montré la capacité de ce modèle à analyser l'action des institutions et à évaluer leur efficacité. Notre contribution se poursuit en proposant quelques réflexions jusqu'alors ignorées par ceux qui étudient l'économie de la culture locale et par ceux qui gouvernent le territoire.

La première question concerne le rapport entre art et économie. Dans les cas que nous avons présentés, les institutions qui veulent soutenir le capital créatif opèrent directement sur la sphère économique et rarement sur la sphère artistique. Il nous semble qu'il reste encore un défi, celui d'agir de façon plus hybride, en cherchant à articuler les deux domaines. Le rôle de l'art, en particulier, comme le suggérait O'Connor (1999), devrait être repensé, surtout dans sa relation avec le marché. Nous partageons sa proposition d'annuler la séparation nette entre les deux milieux. Les interrogations qui apparaissent se trouvent dans le domaine de l'action institutionnelle et de l'analyse sociologique: comment art et économie peuvent-ils être réunis? Comment les institutions peuvent-elles soutenir les deux capitaux sans privilégier l'un au détriment de l'autre? Du point de vue sociologique, il faut s'engager pour comprendre le poids de ces deux mondes en cherchant à garder une vision unitaire.

La deuxième question concerne le discours sur les aspects positifs des réseaux, qui néglige leurs échecs. Si les réseaux sont trop serrés, quand ils tendent à se refermer aux influences externes et se structurent de façon à empêcher l'échange d'idées et d'informations, ils peuvent devenir un obstacle pour l'innovation.

Scott observe que «cut-throat competition, low levels of trust, or a failure to recognize the mutual interdependence of all upon all can lead to dysfunctional outcomes, but relevant agencies, such as industry associations or some sorts of private-public partnership, can sometimes provide frameworks for remedial action» (Scott, 2006, p. 6). Ce que nous voulons souligner ici est l'importance du soutien des individus qui sont profondément enracinés dans la culture locale ou qui ont des ancrages sociaux. Des partenariats entre le public et le privé et des associations du tiers secteur, comme pour la Banca Etica, nous semblent de bons exemples de construction de réseaux qui ont aussi des effets positifs sur le capital créatif. Un mélange de liens faibles et forts entre acteurs différents, à des niveaux différents, peut être plus productif qu'un nombre réduit d'actions fortes et ciblées. Par exemple, grâce à la fonction du CNC, qui soutient les maillons faibles de la chaîne de l'industrie cinématographique française, celle-ci arrive à maintenir sa place sur le marché international.

Nous tenons à mentionner un dernier point qui concerne la relation entre l'économie de la culture et la société. Nous pensons que les institutions et les gouvernements locaux peuvent utiliser une économie de la culture comme un instrument pour l'inclusion sociale et le développement de la culture locale. C'est la nature même de ce secteur qui le permet. Ayant ses origines dans le capital culturel et social caractéristique du tissu social dont elle provient, l'économie de la culture peut devenir un instrument pour renforcer le substrat même qui l'a générée, grâce au capital économique qu'elle arrive à produire¹⁰. Les institutions, mais surtout les gouvernements locaux, devraient orienter leurs mesures de soutien à l'économie de la culture vers les domaines qui conduisent le plus vers le développement de la cohésion sociale, et non uniquement vers l'amélioration des prestations économiques de ce secteur. Les politiques, suggérées par exemple par la théorie sur la classe créative de Richard Florida (2002), investissent dans le domaine économique des villes. Ces politiques ont été mises en place dans plusieurs villes avec des résultats incertains et contestés (Peck, 2005; Markusen, 2006; Pratt, 2008). Nous pensons, en revanche, que les aspects sociaux de l'économie en général, et en particulier de celle qui se développe à partir du capital créatif social et local, doivent être considérés comme aussi importants que les aspects économiques. Par conséquent, nous pensons qu'ils doivent être conduits avec la même attention. Nous pensons aussi que le profit économique, la cohésion et l'inclusion sociales sont liés entre eux. Une meilleure inclusion n'entre pas en contradiction avec le profit économique.

Grâce aux cas présentés, nous pouvons observer que dans certaines circonstances, les performances économiques procèdent au même rythme que l'innovation sociale et l'inclusion (par exemple, le cinéma en France ou la culture locale, qui est renforcée par les labels des associations). Dans d'autres situations, en revanche, comme celle de la *Banca Etica*, la motivation sociale est plus importante que la valeur économique, mais l'innovation culturelle qui en dérive est en mesure de générer un cercle vertueux de créativité qui peut aussi devenir économiquement valide. À Montréal, les politiques culturelles viennent des intérêts économiques, mais elles sont aussi motivées par des intérêts de soutien à la culture locale (surtout à travers le programme de la SODEC). Au contraire, le cas milanais montre qu'une faible implication des institutions dans la croissance de l'art et de la culture locales met en péril la force des secteurs économiques qui

^{10.} Comme le souligne Kong (2000), bien que cela soit vrai dans tous les secteurs de l'économie, dans les secteurs concernant la culture, le lien est particulièrement significatif à cause de l'intensité de la relation.

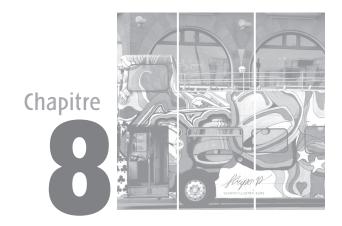
représentent pourtant une valeur pour l'ensemble de la ville. Les investissements dans l'art et dans la culture conduiraient probablement à des améliorations des performances économiques des autres secteurs.

Références

- AMADASI G. et S. SALVEMINI (dir.) (2005). La città creativa. Una nuova geografia di Milan, Milan, Ed. Egea.
- AMIN, A. (1999). «An institutionalist perspective on regional economic development», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 23, p. 365-378.
- BANKS, M., A. LOVATT, J. O'CONNOR et C. RAFFO (2000). «Risk and trust in the cultural industries», *Geoforum*, vol. 31, p. 453-464.
- BASSETT, K., R. GRIFFITHS et I. SMITH (2002). «Cultural industries, cultural clusters and the city: the example of natural history film-making in Bristol», *Geoforum*, vol. 33, p. 165-177.
- BECKER, H.S. (1982). Art worlds, Berkeley, University of California Press.
- BENGHOZI, P.J. (1989). Le Cinéma: entre l'art et l'argent, Paris, Éditions l'Harmattan.
- BIANCHINI, F. (2003). «Remaking European cities: The role of cultural policies», dans F. Bianchini et M. Parkinson (dir.), *Cultural Policy and Urban Regeneration*. *The West European Experience*, Manchester, Manchester University Press.
- D'OVIDIO, M. (2008). «Tessuti sociali. Relazioni, spazio, creatività nell'industria della moda a Milan», *AIS Giovani Sociologi* 2007, Naples, ScriptaWeb.
- D'OVIDIO, M. et S. MUGNANO (2008). *Time and Space: Path Dependency and Local Networks in the Creative and Knowledge-based Industry in Milan*, Milan, Conference Proceeding, EURA Conference, 8-11 octobre.
- ENTWISTLE, J. (2000). *The Fashioned Body: Fashion, Dress, and Modern Social Theory,* Malden, Polity Press.
- ERICARTS (2002). Creative Europe: On Governance and Management of Artistic Creativity in Europe, Bonn, ARCult Media.
- EUROPEAN COMMISSION (2006). *The Economy of Culture in Europe*, KEA European Affairs, <ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html>.
- FLORIDA, R. (2002). The Rise of the Creative Class: And How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, New York, Basic Books.
- FLORIDA, R. (2005). The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent, New York, Harper Business.
- FLORIDA, R. (2008). Who's Your City?: How the Creative Economy is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life, New York, Basic Books.
- GOMEZ, M.V. (1998). «Reflective images: The case of urban regeneration in Glasgow and Bilbao», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 22, no 1, p. 106-121.

- GOMEZ, M.V. et S. GONZALEZ (2001). «A reply to Beatriz Plaza's: The Guggenheim-Bilbao Museum effect», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 25, no 4, p. 898-900.
- GRANOVETTER, M. (1985). «Economic action and social structure: The problem of embeddedness», *American Journal of Sociology*, vol. 91, n° 3, p. 481-510.
- HARVEY, D. (1990). The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change, Cambridge, Blackwell.
- HIRSH, P.M. (2000). «Cultural Industries Revisited», *Organization Science*, vol. 11, nº 3, p. 356-361.
- JEFFCUTT, P. et A.C. PRATT (2002). « Managing creativity in the cultural industries », Creativity and Innovation Management, vol. 11, no 4, p. 225-233.
- JESSOP, B. (2001). «Institutional re(turns) and strategic-relational approach», *Environment and Planning A*, vol. 33, p. 1213-1235.
- KLEIN, J.L. et D.G. TREMBLAY (2009). «Social actors and their role in metropolitan governance in Montreal: Towards an inclusive coalition?», *GeoJournal*, vol. 75, n° 2, <www.springerlink.com/content/102895/?Content+Status= Accepted&sort=p_OnlineDate&sortorder=desc&v=condensed&o=20; DOI: 10.1007/s10708-009-9270-0>.
- KONG, L. (2000). «Culture, economy, policy: trend and developments», *Geoforum*, vol. 31, p. 385-390.
- LANDRY, C. (2000). The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators, Londres, Earthscan.
- LESLIE, D. et N. RANTISI (2006). «Governing the design economy in Montreal, Canada», *Urban Affair Review*, vol. 41, nº 3, p. 309-337.
- MARKUSEN, A. et G. SCHROCK (2006). «The artistic dividend: Urban artistic specialization and economic development implications», *Urban Studies*, vol. 43, n° 10, p. 1661-1686.
- MARKUSEN, A., G. WASSALL, D. DENATALE et R. COHEN (2008). «Defining the creative economy: Industry and occupational approaches», *Economic Development Quarterly*, vol. 22, nº 1, p. 24-45, <www.hhh.umn.edu/projects/prie/>, consulté en juin 2008.
- MINGIONE, M., F. ZAJCZYK, E. DELL'AGNESE, S. MUGNANO et M. D'OVIDIO (2008). *Milan, not Really A City, but an Urban Office,* Research Report for the ACRE research, <www2.fmg.uva.nl/acre/>.
- MOLOTCH, H. (2003). Where Stuff Comes From. How Toasters, Toilets, Cars, Computers, and Many Other Things Come To Be as They Are, Londres, Routledge.
- MORTIMER, D. (2006). *Possibilmente freddi. Come l'Italia esporta cultura* (1964-1980). Rome, Derive Approdi.
- NEGUS, K. (1997). «The production of culture», dans P. Du Gay (dir.), *Production of Culture/Cultures of Production*, Londres, Sage.
- NORTH, D.C. (2005). *Understanding the Process of Economic Change*, Princeton, Princeton University Press.
- NYLUND, K. (2001). «Cultural analyses in urban theory of the 1990s», *Acta Sociologica*, vol. 44, n° 3, p. 219-230.

- O'CONNOR, J. (1999). *Definition of Cultural Industries*, Report for the Manchester Institute of Popular Culture, Manchester, Manchester Metropolitan.
- PECK, J. (2005). «Struggling with the creative class», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 29, nº 4, p. 740-770.
- PLAZA, B. (1999). «The Guggenheim-Bilbao Museum effect: A reply», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 23, n° 3, p. 589-592.
- PLAZA, B. (2006). «The return on investment of the Guggenheim Museum Bilbao», *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 30, n° 2, p. 452-467.
- POWELL, W.W. et P.J. DIMAGGIO (dir.) (1991). The New Institutionalism in Organisational Analysis, Chicago, The University of Chicago Press.
- PRATT, A. (2000). «New media, the new economy and new spaces», *Geoforum*, vol. 31.
- PRATT, A. (2006). «Advertising and creativity, a governance approach: A case study of creative agencies in London», *Environment and Planning A*, vol. 38, nº 10, p. 1883-1899.
- PRATT, A. (2008). «Creative cities: The cultural industries and the creative class», *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, vol. 90, no 2, p. 107-117.
- REGINI, M. et G. BALLARINO (2007). «I fattori non economici nel funzionamento dell'economia», dans M. Regini (dir.), *La sociologia economica contemporanea*, Rome-Bari, Laterza & Figli.
- SANTAGATA, W. (2004). «Cultural districts and economic development», dans V. Ginsburgh et D. Throsby (dir.), *Handbook on the Economics of Art and Culture*, Amsterdam, Series Handbooks in Economics, General Editors K. Arrow and M.D. Intriligator, Elsevier Science.
- SCOTT, A.J. (2000). «French cinema. Economy, policy and place in the making of a cultural-products industry», *Theory, Culture and Society*, vol. 17, no 1, p. 1-38.
- SCOTT, A.J. (2006). «Creative cities: conceptual issues and policy questions», *Journal of Urban Affairs*, vol. 28, no 1, p. 1-17.
- STORPER, M. et A.J. VENABLES (2002), «Buzz: face-to-face contact and the urban economy», *Journal of Economic Geography*, vol. 4, no 4, p. 351-370.
- VICARI HADDOCK, S. (2004). La città contemporanea, Bologne, Il Mulino.
- WHITE, N. (2000). Reconstructing Italian Fashion. America and the development of the Italian fashion industry, New York, Berg.
- WOOLCOCK, M. (2001). «The place of social capital in understanding social and economic outcomes», *Canadian Journal of Policy Research*, 142.236.154.1.
- XING (2004). La scena creativa e Milan. Creatività, identità, visione, cambiamento, Report Scena creativa, a project for Milan Assolombarda.



Créativité et cohésion sociale en milieu urbain Pour une ville créative pour tous¹

Juan-Luis Klein et Diane-Gabrielle Tremblay

'objectif de ce texte est de présenter une vision globale et critique des principaux éléments théoriques, débats et perspectives stratégiques qui permettent de faire le lien entre la créativité et l'innovation, d'une part, et la cohésion sociale, d'autre part. Le sujet est donc vaste. Nous le

^{1.} Ce texte a été écrit avec la collaboration de Darío Enriquez, Ping Huang et Reina Victoria Vega, dans le cadre du projet Social Polis: Social Platform on Cities and Social Cohesion, coordonné par Frank Moulaert et financé par l'Union européenne (Coordination and Support Action – CSA FP7-SSH-2007-2.2.3). Les auteurs tiennent à remercier Isabel André, André Carmo et Frank Moulaert pour les commentaires et critiques apportés à une version antérieure de ce texte, qui a ensuite été remanié pour cet ouvrage sur les thèses de Florida.

délimiterons en nous référant surtout au domaine de la création et de la créativité culturelle et artistique, souvent invoqué lorsqu'il est question d'aménagement urbain et du développement de la ville. C'est pourquoi nous traiterons d'une des stratégies les plus marquantes parmi celles qui ont été proposées ces dernières années, à savoir la stratégie de la classe créative de Florida. Le texte est structuré de la façon suivante. D'abord, nous aborderons la problématique de la cohésion sociale. Nous le ferons surtout en nous concentrant sur les mutations que la nouvelle économie du savoir a produites dans l'espace urbain et qui ont transformé la ville en un espace fractionné, ce qui exprime sur le plan urbain une crise de cohésion sociale. Ensuite, nous présenterons le cœur de la stratégie proposée par Florida, à savoir la thèse de la classe créative, et nous nous attarderons sur la discussion de cette proposition et les critiques qui lui ont été adressées par certains auteurs. En même temps, nous mettrons l'accent sur certains champs d'action où s'expriment des actions créatives sur le plan culturel et qui constituent des jalons d'une ville créative non élitiste, par opposition à la thèse proposée par Florida. En troisième lieu, nous verrons que les organisations d'économie sociale peuvent être considérées comme des incubateurs de création et en même temps comme des médiateurs et des intermédiaires permettant la traduction de la créativité culturelle en projets de développement urbain. Et en quatrième lieu, en guise de conclusion, nous aborderons les modalités de gouvernance appropriées pour le passage de la création culturelle à la ville créative, mais ici nous parlerons d'une ville créative pour tous et non pas seulement pour une classe sociale donnée, comme le propose la thèse de la cité et de la classe créative.

1. Pourquoi parler de créativité en lien avec la cohésion sociale dans la ville dans le contexte d'aujourd'hui?

La mondialisation est un phénomène étroitement lié à la «nouvelle économie» qui a bouleversé presque tous les domaines de la réalité et de la vie des êtres humains sur la planète. Les changements arrivent à une vitesse telle que l'adaptation précaire (quelquefois impossible) à ces bouleversements provoque des problèmes sérieux, tout un ouvrant un nouveau champ d'options. Sur le plan économique, les mécanismes de la mondialisation et la montée de la nouvelle économie du savoir posent un défi à l'ensemble des espaces productifs de la planète. Le développement, voire la survie de plusieurs régions des pays du Nord et du Sud tient principalement à la capacité de leur collectivité de répondre d'une façon créative

aux fortes turbulences provoquées par l'apparition, la disparition ou le réaménagement de pans entiers de la production. Nombre de régions résistent bien et «surfent» sur les vagues de suppression d'emplois ou de réorganisation sectorielle. D'autres luttent pour limiter la dévitalisation productive et mettent en œuvre des stratégies complexes dans le but de conserver leurs emplois et leurs entreprises. Plusieurs régions doivent restructurer complètement leurs assises économiques (Fontan *et al.*, 2005) alors que d'autres deviennent tout simplement exclues du développement (Fontan *et al.*, 2003).

La nouvelle économie se caractérise par trois aspects: elle est globale, informationnelle et réticulaire. Elle met en œuvre un nouveau modèle de capitalisme, le capitalisme informationnel, où les technologies de l'information jouent un rôle capital. Sans les nouvelles technologies de l'information, le capitalisme global n'aurait pas le rayonnement d'aujourd'hui (Castells, 2001, p. 44). Ces technologies sont à la base des transformations dans les modes de production, renforcent le rôle des méga-groupes financiers et permettent l'introduction de changements importants dans l'organisation du travail (Scott, 2006). Cela a fait apparaître la notion de «flexicurité» (Tremblay, 2008), qui renvoie à l'idée d'offrir de la sécurité d'emploi aux travailleurs, tout en assurant de la flexibilité aux organisations par le biais d'une adaptation des heures de travail ou des conditions de travail. Il s'agit d'une question tout à fait importante dans nombre de secteurs où les travailleurs ont souvent de mauvaises conditions de travail et peu de sécurité d'emploi.

La nouvelle économie est perçue comme une source d'occasions pour ceux qui sont en mesure d'en bénéficier, mais aussi comme une menace pour ceux qui sont incapables d'en tirer profit. Elle favorise de nouvelles prospérités économiques, mais crée également de nombreuses inégalités, d'autant plus que les gouvernements enclenchent plusieurs processus de déréglementation/reréglementation afin de la favoriser (Castells, 2001), ce qui fragilise la protection sociale et génère la précarité dans une couche importante de la population. Ces inégalités engendrent des tensions sociales importantes provoquées par le fait que des fractions de la population s'insèrent dans des réseaux performants sur le plan économique, alors que d'autres en sont exclues (Soja et Scott, 1986; Sassen, 1996; Scott, 2006). Au plan territorial, cela se traduit par de nouvelles fractures qui affectent la cohésion sociale (Viard, 1994; Veltz, 1996). Les configurations géographiques se voient modifiées de façon importante, et ce, selon deux tendances combinées: la mise en réseau à l'échelle globale et la concentration à l'échelle locale (Castells, 2004). Cela favorise certains espaces (régions, villes, quartiers) et certaines catégories sociales (Benko et Lipietz, 1992), aux dépens d'autres (Côté et al., 1995).

1.1. Crise des mécanismes d'intégration et atomisation de la société

La cohésion sociale est cruciale pour la prospérité économique et pour le développement de la société. En fait, en l'absence de cohésion sociale, une société n'est pas une société. La cohésion sociale est ce qui tient une société ensemble. Elle n'est pas que la somme des institutions qui soutiennent une société, mais plutôt la colle qui assure la collaboration entre les institutions (Jenson, 2002, p. 142). Selon Forrest et Kearns (2001), la cohésion sociale est le résultat de plusieurs facteurs. Elle repose sur le partage de valeurs communes entre les membres d'une collectivité, mais aussi sur les interactions et les liens entre les divers niveaux de régulation d'une société. En fait, la cohésion sociale dépend du niveau de confiance que les citoyens ont dans les institutions, ce qui est une condition pour l'engagement individuel avec le collectif. Cet engagement individuel avec la société dépend aussi de l'équité dans les relations socioéconomiques entre les individus. À l'engagement du citoyen avec sa collectivité, il faut ajouter l'engagement mutuel entre les communautés formant une société. À la coopération entre citoyens s'ajoute donc la coopération entre territoires.

1.2. L'appartenance et l'identité

Sans doute le sens d'appartenance à une communauté et l'identité territoriale sont-ils des facteurs importants pour la cohésion d'une collectivité. Or, le processus de polarisation accélérée traverse nos sociétés, lequel se manifeste à tous les niveaux (politique, économique, social, culturel, etc.) et à toutes les échelles (nationale, régionale, locale, voisinage), fragilise les appartenances communes et atomise les territoires. Parlant du territoire urbain, on peut constater que les villes contemporaines sont traversées par des fractures profondes en ce qui concerne les revenus, l'accès aux services et la qualité de vie. Des couches importantes de la société se voient limitées dans l'exercice de leurs droits de citoyenneté et les dispositifs assurant leur protection deviennent inopérants (Castel, 2008), ce qui affecte de façon importante la cohésion sociale des sociétés et des villes.

D'autre part, les institutions et mécanismes qui assuraient l'intégration sociale et les valeurs qui soudaient la société sont en crise. Le marché du travail, la religion, l'école, trois mécanismes qui intégraient les différentes classes sociales ainsi que les différents groupes (ethniques, religieux, d'âge, etc.) n'assurent plus ce rôle et la société devient de plus en plus atomisée. D'ailleurs, les approches du développement qui sont

mises en œuvre par les États pour s'adapter aux exigences posées par la globalisation, lesquelles misent surtout sur le capital privé et sur la performance, confortent cette situation.

En même temps, de nouvelles identités et de nouvelles appartenances se créent. C'est que, comme le montre bien Castells (1997), des nouvelles identités et appartenances émergent en lien avec des réseaux qui se structurent à diverses échelles. D'autre part, le modèle économique qui soutient cette nouvelle société fait la promotion de l'individu et du court terme et non pas du collectif et de la solidarité sociale. Dans ce contexte, les villes, qui étaient des espaces d'interaction, deviennent des espaces fragmentés, atomisés, avec forte ségrégation (Borja, 2002; 2003).

1.3. La créativité et la cohésion sociale dans la ville

Comment réagir à la fragmentation sociale provoquée par la mondialisation, la nouvelle économie du savoir et la société en réseau? La réaction naturelle est celle de vouloir reconstruire la cohésion sociale brisée basée sur l'homogénéité et la solidarité centrées sur l'État. Or, cela n'est ni possible ni souhaitable dans le contexte actuel (Boltanski et Chiapello, 1999). Des expériences réussies ont montré que la solution aux fractures sociales provoquées par la mondialisation ne peut pas être trouvée uniquement au sein des institutions étatiques. Ce sont des stratégies novatrices et socialement créatives qu'il faut élaborer et mettre en place (Moulaert et Nussbaumer, 2008). L'appellation «créative» s'inscrit dans le sens de l'inventivité et des pratiques socialement innovantes qui permettent de favoriser le développement des communautés défavorisées mais dans un contexte de respect de l'hétérogénéité. Le défi est cependant de trouver un équilibre entre l'homogénéité et la diversité, comme le soulignent certains auteurs (Jenson, 2002, p. 148). Mais surtout, ce qu'il faut, c'est rétablir les ponts entre les divers groupes sociaux à travers des actions qui recréent les liens sociaux et des organisations qui agissent comme des intermédiaires entre les groupes. Les actions concernant la créativité, notamment dans le domaine culturel, sont souvent invoquées comme étant susceptibles de rapprocher les groupes sociaux.

Il existe un très grand nombre de façons d'aborder la créativité (Aleinikov, Kackmeister et Koenig, 2000). Toutes ciblent cependant la capacité de créer de la nouveauté, d'inventer. Trois facteurs interviennent dans la créativité: l'individu, la société et la culture. À partir de connaissances établies (la culture), une personne (l'individu) crée quelque chose de nouveau. La société acceptera ou rejettera la nouveauté. C'est dans l'acceptation sociale et la diffusion de la création que réside l'innovation. L'innovation

peut donc être vue comme l'effet social de la création. C'est donc au plan du social que la création et l'innovation se rejoignent. Dans ce texte, nous renvoyons en particulier aux actions innovantes qui permettent aux collectivités de construire de nouvelles formes de cohésion sociale. Dans le domaine social, l'innovation sociale se traduit par de nouvelles pratiques sociales qui deviennent des sources de transformations pour la société et contribuent à la reconstruction de la cohésion sociale.

L'innovation sociale apparaît comme une réponse relevant d'initiatives sociales là ou les solutions instituées ne réussissent pas à résoudre les problèmes sociaux (Klein et Harrisson, 2007). Se diffusant à travers des réseaux sectoriels, mais interagissant avec des instances de gouvernance, l'innovation sociale a des effets sur les politiques publiques et sur l'acteur privé (Laville, 2009). Elle est enracinée dans une dialectique intime entre la satisfaction des besoins humains, des formes d'économie qui donnent au social une place importante dans la définition des modalités de régulation et des modalités participatives de gouvernance (Moulaert et al., 2003). En ce qui a trait au développement urbain, cela prend une forme multidimensionnelle où interviennent aussi bien les arts, l'architecture, les espaces publics, les activités récréatives et socioculturelles; sont également mises en cause dans ces développements la question du genre, l'entrepreneuriat, la participation politique et l'environnement.

La créativité et l'innovation sont donc des jalons d'une dynamique sociale qui tire profit de la différence, voire du conflit. La résolution des problèmes oriente les acteurs vers des solutions légitimes, vers des compromis, leur permettant de coopérer et de s'inscrire dans la poursuite du bien commun, sans perdre de vue leurs intérêts respectifs. Mais pour atteindre ces compromis, le contact et l'interaction sont nécessaires. Pour plusieurs, la ville apparaît comme l'espace le plus approprié pour y parvenir.

2. Le débat sur la créativité et la ville

Le débat sur la créativité et la ville a été concentré ces dernières années autour de l'approche de la «ville créative» de Florida. Dans cette section, nous présenterons d'abord ce qui nous apparaît être l'élément le plus discuté de cette approche, à savoir la stratégie de la «classe créative», laquelle oriente non seulement de nombreux chercheurs, mais aussi de nombreux politiciens. Dans un deuxième temps, nous ferons une synthèse des critiques qui sont adressées à cette stratégie précisément à cause de ses effets négatifs sur la cohésion sociale, pour dégager ensuite certains

champs d'action où ont lieu des expérimentations créatives conduisant à plus de cohésion sociale. Nous verrons ainsi que ce n'est pas l'hypothèse d'une ville créative qui est contestée, mais bien son aspect élitiste.

2.1. La classe créative

La relation entre création et ville est bien enracinée. H. Lefebvre (1970) voyait la ville comme le centre de toutes les créations. J. Jacobs a été la première à parler de «ville créative», dans son livre *Cities and Wealth of Nations* (1984), dans lequel elle associe créativité et diversité. Mais c'est surtout Florida (2002a,b) qui a ramené à la discussion le thème de la créativité en milieu urbain en l'associant à la capacité des villes de croître, de s'enrichir et d'augmenter leur compétitivité dans un contexte de concurrence internationale pour attirer des investissements économiques. Il a associé la ville créative à l'existence d'une classe créative:

The Super-Creative Core of this new class includes scientists and engineers, university professors, poets and novelists, artists...and other opinion-makers... Beyond this core group, the Creative Class also includes "creative professionals" who work in a wide range of Knowledge-intensive industries... Doing so typically requires a high degree of formal education and thus a high level of human capital (Florida, 2002a, p. 68-69).

Selon Florida, une ville créative repose sur le talent, la technologie et la tolérance, ce qui fait à peu près consensus. Le problème est que, dans l'optique de Florida, le talent est associé à une élite, soit aux personnes possédant généralement de hauts niveaux de scolarité, ou encore de capital créatif (un concept mal défini). Selon Florida, les «talents» seraient la base de l'ouverture à la diversité et à la création. Conséquemment, Florida prône des investissements massifs permettant de construire une offre artistique et culturelle attractive afin d'attirer ladite classe créative et de stimuler l'innovation et la croissance économique des villes, sans se préoccuper de la répartition des richesses, ni du sort des exclus, des «sans talent» ou de ceux dont le «talent» n'est ni reconnu, ni bien rémunéré.

2.2. Visions alternatives: la créativité sociale à partir de la base

L'approche de Florida inspire de nombreux gouvernements urbains et municipaux qui investissent dans des équipements culturels de prestige, mais elle suscite aussi de nombreuses critiques de la part aussi bien de chercheurs (voir les articles de cet ouvrage, ainsi que Polèse et Tremblay, 2005; Markusen, 2006a, b, c; Shearmur, 2006; Stern et Seifert, 2007) que d'acteurs locaux. Certes certains acteurs culturels, comme Culture Montréal par exemple, y voient un soutien à leurs revendications (Klein *et al.*, 2009b),

et, en général, on s'entend sur le fait que les travaux de Florida ont réussi à centrer l'attention sur l'importance de la culture et de l'éducation en regard du développement urbain, ce qui peut être considéré comme positif (Tremblay et Darchen, 2008). Cependant, la majorité des auteurs lui reprochent une vision élitiste et proposent une vision plus inclusive de la créativité urbaine, dans laquelle l'«émancipation sociale» est préférée à l'«embellissement physique» (Moulaert *et al.*, 2004; Markusen, 2006a et b).

Selon une telle vision, une ville créative doit être le résultat de l'action de toutes les classes sociales et non seulement de celles qui possèdent les plus hauts niveaux d'éducation (Markusen, 2006c), ce qui associe la créativité à la mobilisation de la culture pour l'amélioration de la qualité de vie et du développement social de tous les groupes qui composent la société (Gertler, 2004; Tremblay *et al.*, 2006). Cela est une réponse au fait que, comme certaines recherches ont pu le montrer, les commodités ou infrastructures artistiques ne permettent pas toujours d'attirer les catégories professionnelles qui, selon Florida, composent la classe créative, plusieurs d'entre elles étant davantage intéressées par les occasions d'emploi (Darchen et Tremblay, 2009); les jeunes artistes, pour leur part, sont plus attirés par les loyers faibles qui leur permettent d'avoir accès à des studios à peu de frais pour démarrer leur carrière (Pilati et Tremblay, 2008).

La capacité des ressources culturelles et des acteurs du domaine de la culture à rendre une ville plus dynamique et créative est reconnue, mais la plupart des auteurs s'entendent sur le besoin d'une vision large de la culture. Plutôt qu'une stratégie destinée à attirer les talents, on préconise la conception de stratégies diversifiées, qui mobilisent des ressources culturelles, mais qui opèrent sur plusieurs dimensions (Tremblay et Darchen, 2008; Costa, 2004; Pilati et Tremblay, 2007). Ce point de vue est d'autant plus pertinent que certaines études montrent que le soutien public à l'égard des secteurs créatifs s'adresse davantage aux «industries» (producteurs et autres groupes apparentés) plutôt qu'à améliorer les conditions des travailleurs créatifs ou à accroître l'accessibilité des plus démunis aux activités culturelles. De fait, comme l'a montré Menger (2002), la création pourrait constituer en quelque sorte un champ d'expérimentation des conditions de travail de l'avenir, mais il ne faut pas oublier que ces conditions se traduisent souvent par de faibles salaires et de la précarité. Elle est certes intéressante et stimulante, mais à quel prix? Les sections suivantes nous permettront de revenir sur l'expérimentation d'actions menées dans le domaine de la culture, qui relèvent de la création culturelle, mais qui visent l'ensemble de la population et non pas seulement une élite.

La création ascendante comme atout pour le développement des milieux locaux

Plusieurs expériences montrent le potentiel particulier de la création culturelle pour favoriser la cohésion sociale et le changement de l'image d'une collectivité dans une perspective cohésive (Walshok *et al.*, 2002; Scott, 2000). Par exemple, dans ses études sur les friches industrielles réorganisées en sites culturels, Greffe (2003) montre que le développement des activités artistiques et culturelles peut jouer un rôle d'inclusion et de requalification et permet d'accroître les capacités de réflexion et d'entrepreneuriat des acteurs locaux.

L'exemple des centres d'artistes de Minneapolis-St. Paul, étudié en profondeur par Markusen (2006b), montre que la création artistique peut devenir un facteur de créativité économique et, en même temps, de promotion sociale des quartiers. Selon cette chercheure, les regroupements d'artistes dans divers quartiers encouragent les résidents à traverser les frontières internes dans la ville, brisant ainsi la ghettoïsation, ce qui favorise la mixité et crée des liens socioterritoriaux. En même temps, le caractère autogéré de ces regroupements favorise l'apprentissage collectif et leur interrelation avec le milieu local. Ces regroupements peuvent aussi devenir des attractions touristiques et des piliers commerciaux dans les petites villes, comme dans le cas de Montomor-o-novo au Portugal (André et Abreu, 2009) et, en même temps, des leviers pour le développement communautaire et l'intégration sociale, comme dans le cas de l'École des arts du cirque (TOHU), dans le quartier Saint-Michel à Montréal, ou les regroupements autogérés d'artistes au Québec (Tremblay et Pilati, 2008).

L'«art public» constitue ainsi un puissant moyen d'intégration sociale. Ce qui est important, c'est que la création artistique soit conçue comme un processus et non pas comme un produit, un processus qui crée des liens sociaux dans la communauté et accroît l'estime de soi au plan individuel et collectif (McCarthy, 2006), tout en augmentant la sécurité et le respect dans les différents quartiers (Perez et al., 2000). Cela est d'autant plus important dans des quartiers où des groupes sociaux de statut économique ou d'origine ethnique différents cohabitent sans interrelation, ce qui peut accentuer la stigmatisation et l'exclusion.

La création et l'intégration dans les espaces publics

Mettre l'accent sur une approche de créativité sociale implique la valorisation des espaces publics, permettant aux individus d'interagir et de débattre. En principe, ces espaces sont des lieux ouverts et accessibles, qui ont la propriété de permettre l'interaction, les rencontres et l'échange social, et où une grande variété d'activités sont menées par des groupes ayant des intérêts différents (Chelkoff et Thibaud, 1992, 1993). Cependant, ce rôle a été remis en question comme conséquence de l'individualisme favorisé par les nouveaux modèles économiques d'orientation néolibérale, lesquels favorisent l'individualisme. Cet individualisme amène plusieurs à délaisser les liens de voisinage. La peur de la stigmatisation et les nouvelles modalités de travail en éloignent d'autres. Le fait que des groupes importants abandonnent les espaces publics crée des conditions d'insécurité, lesquelles sont accentuées par l'atomisation et la ségrégation sociale, ce qui amène d'autres secteurs à les déserter. Plusieurs espaces publics deviennent donc associés à l'insécurité et la population tend à se réfugier dans ses espaces domestiques, ce qui accentue l'isolement. Réinvestir les espaces publics devient donc une priorité pour la construction d'une société cohésive.

Les expériences démontrent que l'activité culturelle permet de resocialiser l'espace public. Elle réduit les actes de vandalisme et accroît le sentiment de sécurité. Cela renforce l'image du lieu et améliore l'environnement. En outre, en tant que lieu attirant pour les habitants et les visiteurs, le quartier attire des emplois et les acteurs lancent des initiatives économiques qui suscitent la participation. Les habitants changent leur perception de l'endroit où ils vivent et développent une relation de confiance envers leur milieu (Evans et Shaw, 2004). C'est le cas par exemple du quartier Saint-Michel, où l'implantation de la Cité des arts du cirque a généré diverses formes de collaboration entre des acteurs locaux et donné à la population des repères identitaires qui transforment la perception que l'on en a, aussi bien de l'intérieur que de l'extérieur. C'est aussi l'exemple de l'expérience de Parole d'excluEs dans l'Ilôt Pelletier à Montréal-Nord, où un projet de mobilisation sociale a débuté par la réhabilitation de logements et est devenu une expérience de développement intégré. Même si elle ne règle pas tout, la réalisation d'activités à visée culturelle transforme le lieu en espace public permettant à des immigrants de diverses origines, à des personnes seules marginalisées et à d'autres types de résidents démunis qui habitent ce lieu de socialiser et de participer à des projets qui améliorent la qualité de vie dans le quartier et augmentent leur capacité d'agir (Chamberland et Rodriguez, 2009).

L'espace public peut ainsi devenir à la fois un lieu de diversité et d'intégration. Socialement réinvesti, il génère un sentiment d'appartenance commune (Garcia-Ramon *et al.*, 2004). Par ailleurs, à travers divers types de manifestations, l'espace public permet l'expression de la parole et la discussion, permettant ainsi de rendre visibles des problèmes sociaux qui touchent un quartier et qui, autrement, seraient occultés. L'espace public est aussi un espace de débats, ce qui permet la confrontation de points de vue, voire d'intérêts et la gestation de compromis, ce qui constitue un jalon important pour générer la cohésion sociale (Borja, 2001).

La création comme moyen pour construire une identité positive

Les fractures sociales ne reposent pas uniquement sur des inégalités objectives, telles les inégalités de revenus ou la qualité du logement, par exemple. Elles reposent aussi sur des perceptions, celles sur soi-même et celles rendues par l'image projetée de l'autre. Ces dernières sont souvent stigmatisantes à l'endroit des collectivités défavorisées (minorités ethniques, chômeurs, assistés sociaux, handicapés, etc.). La stigmatisation produit chez les personnes cibles des sentiments de vulnérabilité, de honte, et des comportements de retrait, ce qui transforme la fracture sociale en exclusion sociale. Certains programmes étatiques peuvent assurer un soutien et un certain niveau de bien-être à ces personnes, mais ils ne changent pas tous la stigmatisation qu'elles subissent, bien au contraire, comme le montrent les travaux de Preteceille (2003) au sujet des ensembles de logements sociaux. Dans le modèle économique orienté vers la performance individuelle, cette perception stigmatisante est encore plus forte (Ulysse, 2007), et se double d'une perte de confiance envers les institutions qui jadis assuraient l'intégration.

Dans ce contexte, la reconstruction de la cohésion sociale passe par le renforcement de l'estime de soi (individuelle et collective), par des actions qui permettent de construire une perception positive de soi et de son environnement ou, comme diraient Bassand et Guindani (1983), par la transformation des stigmates en emblèmes. Dans les pays européens notamment (mais aussi ailleurs, notamment aux États-Unis), l'expression culturelle (musicale, théâtrale ou picturale) de nature populaire a été un moyen privilégié pour les groupes sociaux d'affirmer leur identité et de conquérir la reconnaissance nécessaire à leur insertion sociale (Bassand, 1990). Dans les grandes villes latino-américaines, on constate l'émergence d'expressions culturelles que Gargurevich (2002, p. 7-8) regroupe dans ce qu'il appelle «culture chicha». Ces expressions culturelles ont réussi à renverser les préjugés sociaux contre les secteurs les plus démunis, forçant ainsi la reconnaissance sociale de ces formes culturelles par l'élite. Parallèlement, les luttes sociales laissent leurs marques à travers les murs des cités. La musique et la danse ont aussi un rôle cohésif fondamental, comme le soulignait Dos Santos (2008) en citant le cas des habitants des favelas au Brésil, lesquels soutiennent massivement les écoles de samba qui leur permettent de participer aux carnavals et ainsi de se valoriser².

Présentation de Théotonio Dos Santos lors d'un séminaire du CRISES réalisé à l'Université Concordia, à Montréal, le 12 décembre 2008.

On le voit d'ailleurs dans le film *Parole d'exclus*, réalisé par Patrice Rodriguez. L'un des derniers plans de ce film montre un groupe de «catadores» (collecteurs et recycleurs de papier) dans une favela de Sao Paulo qui préparent leur participation à un carnaval dansant au rythme d'une chanson composée par eux et dont les paroles affirment leur identité. Leur art, dit une «catadora» dans le film, leur a permis de renverser l'image négative que leur renvoyait la société et de se créer une image positive d'eux-mêmes, en même temps qu'ils se sont insérés dans un réseau formé par des chorales et artistes «catadores» qui leur permettent de se créer un milieu de vie et de référence forgé par des valeurs d'entraide et de reconnaissance. Voilà un exemple de la façon dont l'art peut amener une communauté à répondre de façon innovante à des problèmes causés par l'exclusion. Les murales collectives créées sur des murs d'édifices par les populations de plusieurs quartiers aux États-Unis, en collaboration avec un artiste «en résidence» dans le quartier, peuvent aussi jouer ce rôle. Ainsi, l'art peut être une activité créative sur le plan esthétique, mais il peut l'être aussi sur le plan social lorsqu'il devient un facteur de lien social, comme c'est le cas avec ces créations collectives.

On peut donc conclure cette section en constatant que ce n'est pas l'idée de ville créative de Florida qui est contestée, et encore moins celle de l'importance de la créativité dans la culture et dans tous les domaines, mais bien la conception élitiste de la créativité et du rôle qu'on peut lui attribuer dans une stratégie de développement. Il apparaît juste et approprié que les villes affichent leur identité et leur décision d'être compétitives en mettant en œuvre des projets de prestige dans le domaine des arts et de la culture. Mais cela ne peut pas suffire pour assurer un développement économique équitable et de la cohésion sociale. Au contraire, cela peut accentuer les fractures territoriales et sociales auxquelles, en principe du moins, on essaie de réagir. C'est plutôt la créativité sociale qui s'exprime dans divers domaines et qui favorise la confrontation d'idées et de perspectives qui permet aux différents citoyens de construire des sociétés cohésives tout en respectant les différences. Mais comment favoriser l'émergence de ce type d'initiatives? Comment les coordonner, comment leur donner une base institutionnelle de façon à ce qu'elles fassent système et aient un effet sur l'ensemble de la société? Plusieurs auteurs voient dans les organisations d'économie sociale et solidaire un cadre assurant l'intermédiation entre les expériences et instances politiques et sociales qui gouvernent la ville (Klein et al., à paraître; Laville, 2009).

3. L'économie sociale comme cadre de traduction de la création en projet créatif dans les quartiers

Un aspect important abordé par les auteurs qui font la promotion d'une ville culturellement dynamique, mais en même temps inclusive et cohésive, concerne le rôle des organisations rattachées à l'économie sociale et solidaire (ou à l'économie populaire en Amérique latine, ou communautaire [community development] aux États-Unis) en tant qu'incubateurs d'expériences de création culturelle qui valorisent la créativité au profit du développement économique local. Même si elles affichent plusieurs variantes selon les pays et les secteurs (Nyssens, 2004; Moulaert et Ailenei, 2005), ces organisations ont deux caractéristiques communes: d'une part, elles visent à améliorer le sort des citoyens aussi bien au plan économique que social et, d'autre part, elles sont ancrées dans la collectivité locale. Ainsi, elles ont la capacité de mettre en œuvre une dynamique collective de créativité sociale dans des quartiers défavorisés. Cette capacité se traduit aussi par une quête de reconnaissance en tant qu'acteur dans le domaine de la culture (Colin et Gauthier, 2008).

À cet égard, l'exemple des corporations de développement économique communautaire (CDEC) à Montréal est révélateur. Ces CDEC jouent un rôle important dans la construction d'une nouvelle économie basée sur l'hybridation de l'économie sociale, de l'économie publique et du marché. En même temps, elles mettent en valeur la création et la culture au profit de la revitalisation des quartiers dévitalisés. Un exemple est celui du LabCréatif, un regroupement de designers et créateurs dans le domaine de la mode qui a vu le jour dans le quartier défavorisé du Mile-End à Montréal, grâce à l'appui de la Corporation de développement économique communautaire du Plateau-Mont-Royal-Centre-Sud (Klein et al., à paraître). Cette expérience constitue un exemple révélateur du rôle qu'un organisme d'économie sociale peut jouer dans la valorisation de la créativité au profit de la redynamisation d'un secteur économique traditionnel et d'un quartier dévitalisé.

En participant au regroupement des designers, la CDEC a contribué à satisfaire des besoins de promotion et de production communs aux designers. Ce regroupement permet aussi à ces entrepreneurs de se donner des moyens de représentation auprès des pouvoirs publics et des moyens d'action sur des problèmes qui leur sont particuliers. Les designers s'insèrent dans une dynamique plus générale qui favorise la création. En plus de la mise en commun de ressources, la CDEC a procuré aux entrepreneurs designers la légitimité et l'accès à des informations qu'ils n'auraient pas eues autrement, notamment parce qu'ils sont de jeunes entrepreneurs qui ne disposent ni du capital social qui procure la crédibilité financière

ni du réseau informationnel que des années d'expérience permettent de construire. De plus, le capital social de la CDEC a permis aux designers d'avoir le soutien de plusieurs organismes sociaux, économiques et politiques. L'accès à ces ressources est le résultat de leur caractère communautaire et de leur insertion dans divers types de réseaux. Cela leur permet de mobiliser un ensemble d'acteurs d'origine diverse, locale et exogène, privée et publique, au profit des initiatives socialement créatives. Cet exemple montre que l'économie sociale peut être la base de l'hybridation de plusieurs types d'actions (économiques, sociales, politiques, éducatives, environnementales) et favoriser ainsi l'intégration des actions de développement dans un quartier (Moulaert et Nussbaumer, 2008).

La créativité peut en effet être la base d'une stratégie cohésive de développement urbain, à condition qu'une telle stratégie s'insère dans une conception plus large qui mise sur les capacités créatives des individus vus dans leur diversité. Le défi pour les décideurs et les planificateurs est de faire en sorte que la création dans ses diverses formes devienne une action collective, voire un moteur pour l'amélioration de la qualité de vie de l'ensemble des citoyens en favorisant autant les projets de prestige que l'accessibilité et la participation à la création dans tous les domaines et pour tous les citoyens (Gertler, 2004; Markusen et King, 2003; Markusen et al., 2004; Jensen, 2007; Cecilli et Tremblay, 2008).

4. La mise en œuvre: pour faire de la créativité un outil de développement cohésif

La créativité et la création peuvent avoir un effet cohésif sur les collectivités, mais cela ne va pas de soi. Lorsqu'elle s'exprime en produits artistiques ou culturels créés individuellement, la localisation de la créativité dans des lieux particuliers n'engendre pas nécessairement de la cohésion sociale (Gertler, 2004), et ce n'est généralement pas son objectif. Plusieurs quartiers dans le monde ont connu ce genre de processus. Par contre, des processus créatifs peuvent donner lieu à des partages, à des initiatives collectives, et alors ils peuvent avoir un effet cohésif; la création doit s'intégrer dans une vision globale de la gouvernance de la cité, laquelle doit inclure les dimensions sociales, économiques et politiques et affirmer une volonté d'équité sociale et territoriale.

Prendre la décision d'orienter les processus de gouvernance et de planification en ayant comme base la créativité et l'innovation signifie que les décideurs, les planificateurs et les citoyens décident de remettre en question leurs croyances et leurs dogmes et de faire confiance à la créativité des citoyens. Les processus qui sont à la base de la créativité s'insèrent

dans des contextes institutionnels et dépendent de la volonté des acteurs et décideurs politiques gérant les destins de la collectivité. Vue ainsi, la créativité génère de l'innovation et est à la fois un facteur de transformations sociales et une réponse à celles-ci. L'innovation ne peut être menée à terme en l'absence de réseaux (de savoir, de solidarité, de pouvoir) ni sans l'acteur public. Sur un plan global, le besoin de créer socialement et d'innover doit être situé dans un contexte large où la société vit des changements majeurs en ce qui concerne la croissance et la mobilité de la population, le rapport des collectivités aux ressources de type naturel et de type humain, ainsi que les changements environnementaux qui imposent des choix éthiques majeurs. Dans ce contexte, l'État doit jouer davantage un rôle de facilitateur et de catalyseur, et non pas de faiseur. Mais il doit être présent. Son action doit être forte mais flexible. Il doit soutenir les individus créatifs, et pas seulement les industries créatives comme c'est trop souvent le cas, car alors les financements ne se rendent pas toujours, ou pas essentiellement aux individus créatifs à la base. Il peut aussi favoriser des initiatives collectives, associées à des individus créatifs, comme c'est le cas pour les murales collectives, ou encore les danses de samba au Brésil.

La mise en œuvre d'actions créatives et innovantes exige de nouvelles formes de gouvernance favorisant à la fois la confrontation et la concertation entre les acteurs sociaux tant à l'échelle locale (Stoker, 2002) qu'entre les différentes échelles qui permettent d'intégrer le développement (Moulaert *et al.*, 2003). Nous parlons ici d'une approche où la société civile a une place dans la définition des stratégies de développement et dans la gouverne des sociétés (Fontan *et al.*, 2003), ce qui résulte en partie du recul de la prise en charge étatique du développement, mais aussi du réengagement des acteurs intermédiaires, et de la demande de plus en plus forte de nombre d'acteurs pour participer à la prise de décisions.

Le défi consiste à construire des modalités de gouvernance ancrées dans les contextes locaux, répondant aux problèmes locaux et pouvant être réappropriées par les acteurs locaux (Crouzel, 2007). Il s'agit d'un défi de démocratisation de la gouvernance, souvent établie selon des logiques verticales. La «démocratie formelle», fondée sur l'élection des autorités, se révèle insuffisante, ce qui soulève le besoin d'implanter une «démocratie de contenu» (Crouzel, 2007, p. 4). Dès lors, l'enjeu de la démocratisation est étroitement lié aux enjeux de l'action publique locale, impliquant les acteurs non étatiques dans les processus décisionnels et ouvrant un champ de conflits politiques et sociaux pour la reconnaissance de leur rôle (Stoker, 2002; Colin et Gauthier, 2008). C'est à partir du niveau local qu'il est possible de reconstruire des relations de confiance entre les acteurs ainsi que le capital social nécessaire pour le renouvellement d'une cohésion sociale

basée sur des rapports d'équité sociale, économique et territoriale. Mais c'est l'ouverture au monde et à sa diversité qui permet de bénéficier des occasions ouvertes par la mondialisation.

Dans le contexte actuel, la ville se transforme. De nombreux acteurs font valoir leur point de vue sur la ville et les citoyens se font entendre. L'émergence de nouveaux acteurs soulève cependant de nouveaux problèmes, qui interpellent la planification urbaine, comme en témoignent les cas de budget participatif qui se diffusent partout dans le monde à partir des expériences brésiliennes; même si une partie seulement du budget est véritablement participatif, cela ouvre de nouvelles perspectives. Ces expériences posent l'exigence de construire un projet de développement économique sans exclusion, qui place le citoyen au centre du processus de production du destin de la ville.

Créativité sociale et gouvernance ne sont pas synonymes. À travers la gouvernance, les acteurs convergent sur des «points de ralliement» (Fontan *et al.*, 2005) et «pilotent» la régulation sociale (Boyer et Saillard, 2002). La créativité sociale amène les citoyens à participer à ce pilotage, à fixer de nouveaux points de ralliement, provoquant ainsi la mise en œuvre d'innovations qui peuvent transformer la gouvernance. Il est donc important dans la perspective de la cohésion sociale dans la ville de mettre en œuvre une gouvernance qui favorise la créativité et les actions culturelles, ainsi que leur effet cohésif.

À cet égard, Borja (2002, 2003) fait un appel à l'innovation politique pour les villes du xxI^e siècle afin d'apporter une réponse à la fragmentation qui les caractérise. Borja émet trois recommandations. En premier lieu, l'instance publique locale et régionale doit jouer un rôle plus grand et plus important dans l'élaboration de stratégies appuyées sur leurs spécificités. En deuxième lieu, il faut la volonté sociale de construire un espace public, collectif et de partage, afin de rétablir la confiance et de favoriser la coexistence et la tolérance entre les groupes culturels, entre les différentes minorités, entre les différents types de citoyens. En troisième lieu, on doit lutter contre la ségrégation sociale et spatiale, en mettant en place des formes non stigmatisantes de mixité sociale, des modalités de communication entre les citoyens et des actions culturelles participatives. Une gouvernance locale créative doit assurer la concertation entre les acteurs au bénéfice de tous, y compris les populations les plus défavorisées (Donzelot, 1997) et donner la parole aux acteurs et aux citoyens. C'est à cette condition que la ville sera cohésive.

Il faut reconnaître que les activités culturelles et la créativité culturelle ne peuvent générer la cohésion sociale à elles seules. Mais, lorsque ce sont les citoyens qui sont à la base de réponses créatives à des problèmes qui les concernent, ils augmentent leur capacité d'agir, ils construisent des liens sociaux et ils reconstruisent leur identité. Leur appartenance devient ainsi un atout et un objet d'action collective et de mobilisation sociale. Il faut ainsi réfléchir à des formules permettant la participation de tous aux activités créatives afin d'éviter la vision élitiste qui ressort souvent des propositions fondées sur les travaux de Florida.

Références

- ALEINIKOV, A.G., S. KACKMEISTER et R. KOENIG (2000). *Creating Creativity:* 101 Definitions (What Webster Never Told You, Alden B. Dow Creativity Center).
- ANDRÉ, I. et A. ABREU (2009). «Social creativity and post-rural places: The case of Montemor-o-Novo, Portugal», *Canadian Journal of Regional Science/Revue canadienne des sciences régionales* (Forthcoming).
- BASSAND, B. et S. GUINDANI (1983). «Maldéveloppement régional et luttes identitaires», *Espaces et sociétés*, vol. 42, p. 13-26.
- BASSAND, M. (1990). *Culture et régions d'Europe*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes.
- BENKO, G. et A. LIPIETZ (dir.) (1992). Les régions qui gagnent. Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économique, Paris, Presses universitaires de France.
- BOLTANSKI, L. et E. CHIAPELLO (1999). Le nouvel esprit du capitalisme, Paris, Gallimard.
- BORJA, J. (2001). *El Desafio Urbano y el espacio publico*, Gijón, Fundación municipal de cultura, educación y universidad popular.
- BORJA, J. (2002). «Ciudadanía y globalización», *Reforma y Democracia*, 22 février, p. 117-146.
- BORJA, J. (2003). La ciudad conquistada, Madrid, Alianza Editorial, S.A.
- BOYER, R. et Y. SAILLARD (dir.) (2002). Regulation Theory: The State of the Art, Londres, Routledge.
- CASTEL, R. (2008). «La citoyenneté sociale menace», Cités, vol. 35, p. 133-141.
- CASTELLS, M. (1997). The Power of Identity. The Information Age Economy, Society and Culture, Oxford, Blackwell.
- CASTELLS, M. (2001). The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society, Oxford, Oxford University Press.
- CASTELLS, M. (2004). *The Network Society: A Cross-cultural Perspective*, Londres, Edward Elgar.
- CECILLI, E. et D.-G. TREMBLAY (2008). «La rencontre entre les entreprises et le monde des arts et de la culture à Montréal? Les résultats d'une recherche exploratoire», Actes du colloque Acfas 2007 organisé par l'INRS-Culture et société, <chaire_fernand_dumont.ucs.inrs.ca/Mai2008/Cecilli.pdf>.

- CHAMBERLAND, M. et P. RODRIGUEZ (2009). «Réfléchir au développement du pouvoir d'agir des personnes et des collectivités à partir d'une initiative sociale », *Parole d'excluEs* Entrevue avec Patrice Rodriguez, *Passerelles*, vol. 1, nº 1, p. 126-146.
- CHELKOFF, G. et J.-P. THIBAUD (1992, 1993). «L'espace public, modes sensibles. Le regard sur la ville», *Annales de la recherche urbaine*, nos 57-58, p. 6-17.
- COLIN, B. et A. GAUTHIER (2008). Pour une autre économie de l'art et la culture, Paris, Éres.
- COSTA, P. (2004). «Milieu effects and sustainable development in a cultural quarter: The Bairo Alto Chiado Area in Lisbon», dans R. Camagni, D. Maillat et A. Matteaccioli (dir.), Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local, Neuchâtel, Institut de recherches économiques et régionales, p. 157-193.
- CÔTÉ, S., J.-L. KLEIN et M.-U. PROULX (dir.) (1995). Et les régions qui perdent?, Rimouski, GRIDEQ.
- CROUZEL, I. (2007). «Les transformations de la gouvernance urbaine en Afrique du Sud: Dispositifs démocratiques et nouvelles formes de régulation», dans L. Fourchard (dir.), *Gouverner les villes d'Afrique*, Paris, Karthala.
- DARCHEN, S. et D.-G. TREMBLAY (2008). «La thèse de la "classe créative": son incidence sur l'analyse des facteurs d'attraction et de la compétitivité urbaine », *Interventions économiques*, n° 37, p. 1-20, <www.teluq.uquebec.ca/pls/inteco/rie. entree?vno_revue=1>.
- DARCHEN, S. et D.-G. TREMBLAY (2009). «Attracting and retaining the workforce in science and technology: the impact of factors related to the quality of place. The case of Montreal», *Knowledge-Based Development of Cities and Societies; Integrated Multi-level Approaches.*
- DONZELOT, J. (1997). «Le déplacement de la question sociale», *Sociétés et Représentations*, CREDHESS, vol. 5, décembre.
- EVANS, G. et P. SHAW (2004). *The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: A Review of Evidence*, Londres, Department for Culture, Media and Sport.
- FLORIDA, R. (2002a). The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, New York, Basic Books.
- FLORIDA, R. (2002b). «Bohemia and economic geography», *Journal of Economic Geography*, vol. 2, p. 55-71.
- FONTAN, J.-M., J.-L. KLEIN et B. LÉVESQUE (dir.) (2003). *Reconversion économique et développement territorial*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- FONTAN, J.-M., J.-L. KLEIN et D.-G. TREMBLAY (2005). Innovation socioterritoriale et reconversion économique : le cas de Montréal, Paris, L'Harmattan.
- FORREST, R. et A. KEARNS (2001). «Social cohesion, social capital and the neighbourhood», *Urban Studies*, vol. 38, nº 12, p. 2125-2143.
- GARCIA-RAMON, M.D., A. ORTIZ et M. PRATS (2004). «Urban planning, gender and the use of public space in a peripheral neighbourhood of Barcelona», *Cities*, vol. 3, p. 215-223.

- GARGUREVICH, J. (2002). *La Chicha, cultura urbana que resiste*, Montréal, Coloquio panamericano industrias culturales y dialogo de las civilizaciones en las Americas.
- GERTLER, M.S. (2004). «Les villes créatives: quelle est leur raison d'être, comment fonctionnent-elles et comment les bâtissons-nous?», *Réseaux canadiens de recherche en politiques publiques*, 48 p.
- GREFFE, X. (2003). «Reconvertir autrement: la valeur des friches culturelles», dans J.-M. Fontan, J.-L. Klein et B. Lévesque (dir.), Reconversion économique et développement territorial, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 241-266.
- JACOBS, J. (1984). Cities and Wealth of Nations, New York, Random House.
- JENSEN, O. (2007). «Culture stories: Understanding cultural urban branding», *Planning Theory*, vol. 6, nº 3, p. 211-236.
- JENSON, J. (1998). «Mapping social cohesion: The state of Canadian research», *Canadian Policy Research Networks*.
- JENSON, J. (2002). «Identifying the links: Social cohesion and culture», Canadian Journal of Communication, vol. 27, p. 141-151.
- JOHNSON, R. et S. SOROKAN (1999). *Social Capital in a Multicultural Society: The Case of Canada*. Paper presented at the 1999 Annual meeting of the Canadian Political Science Association, juin, Sherbrooke, Québec.
- KLEIN, J.-L., J.-M. FONTAN, D. HARRISSON et B. LÉVESQUE (2009). L'innovation sociale au Québec: un système d'innovation fondé sur la concertation, Cahiers du CRISES, ET0907.
- KLEIN, J.-L. et D. HARRISON (dir.) (2007). L'innovation sociale. Émergence et effets sur la transformation des sociétés, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- KLEIN, J.-L. et D.-G. TREMBLAY (2009). «Social actors and their role in metropolitan governance in Montreal: Towards an inclusive coalition?», *GeoJournal* (special issue on Canadian cities) (publié en mode Online First: GeoJournal DOI 10.1007/s10708-009-9270-0).
- KLEIN, J.-L., D.-G. TREMBLAY et D.-R. BUSSIÈRES (à paraître). «Social economy-based local initiatives and social innovation: A Montreal case study», *International Journal of Technology Management*.
- LAVILLE, J.-L. (2009). «Services aux personnes et innovation», Revue canadienne des sciences régionales/Canadian Journal of Regional Science, vol. 32, nº 1.
- LEFEBVRE, H. (1970). La révolution urbaine, Paris, Gallimard.
- MARKUSEN, A. (2006a). *Cultural Planning and the Creative City*, Paper presented at the annual meeting of the American Collegiate Schools of Planning, Fort Worth, Texas, 12 novembre.
- MARKUSEN, A. (2006b). «Building the creative economy for Minnesota's artists and communities», *Center for Urban and Regional Affairs Reporter*, été, p. 16-25.
- MARKUSEN, A. (2006c). «Urban development and the politics of a creative class: Evidence from a study of artists», *Environment and Planning A*, vol. 38, p. 1921-1940.

- MARKUSEN, A. et D. KING (2003). *The Artistic Dividend: The Art's Hidden Contributions to Regional Development*, Minneapolis, Humphrey Institute of Public Affairs, University of Minnesota.
- MARKUSEN, A., G. SCHROCK et M. CAMERON (2004). *The Artistic Dividend Revisited*. Minneapolis, Humphrey Institute of Public Affairs, University of Minnesota.
- MCCARTHY, J. (2006). «Regeneration of cultural quarters: Public art for place image or place identity», *Journal of Urban Design*, vol. 11, n° 2, p. 243-262.
- MENGER, P. (2002). Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphose du capitalisme, Paris, Seuil.
- MOULAERT, F. et O. AILENEI (2005). «Social Economy, Third Sector and Solidarity Relations: A Conceptual Synthesis from History to Present», *Urban Studies*, vol. 42, n° 11, p. 2037-2053.
- MOULAERT, F. et J. NUSSBAUMER (2008). *Logique sociale du développement territorial*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- MOULAERT, F., H. DEMUYNCK et J. NUSSBAUMER (2004). «Urban renaissance: From physical beautification to social empowerment», *CITY*, vol. 8, n° 2, p. 229-235.
- MOULAERT, F., A. RODRIGUEZ et E. SWYNGEDOUW (2003). *The Globalized City Economic Restructuring and Social Polarization in European Cities*, Oxford, Oxford University Press.
- NYSSENS, M. (2004). «Quels enjeux pour les dynamiques d'économie sociale, une perspective Nord-Sud», dans S. Charlier, M. Nyssens, J.-P. Peemans et I. Yépez Del Castillo, *Une solidarité en actes, gouvernance locale, économie sociale, pratiques populaires face à la globalisation*, Louvain, Presses universitaires de Louvain, p. 129-148.
- PEREZ, V., G. DASCAL, et X. ABOGADIR (2000). *Manos Unidas: Experiencias Participativas De Espacios Públicos*, Santiago, Casa de la Paz.
- PILATI, T. et D.-G. TREMBLAY (2007). «Cité créative et district culturel: une analyse des thèses en présence», *Géographie, économie, société,* vol. 9, p. 381-401.
- PILATI, T. et D.-G. TREMBLAY (2008). «Le développement socioéconomique de Montréal: la cité créative et la carrière artistique comme facteurs d'attraction?», *Canadian Journal of Regional Science*, vol. 30, n° 3, p. 475-495.
- POLÈSE, M. et R. TREMBLAY (2005). «Le classement des villes dans l'économie du savoir : une analyse intégrée des villes canadiennes et américaines », Géographe canadien/Canadian Geographer, vol. 49, n° 2, p. 198-213.
- PRETECEILLE, E. (2003). «Lieu de résidence et ségrégation sociale », *Cahiers français*, vol. 314, p. 64-70.
- SASSEN, S. (1996). Losing Control? Sovereignty in an Age of Globalization, New York, Columbia University Press.
- SCOTT, A.J. (2000). «French cinema: Economy, policy and place in the making of a cultural products industry », *Theory, Culture and Society*, vol. 17, p. 1-38.
- SCOTT, A.J. (2006). «Creative cities: Conceptual issues and policy questions», *Journal of urban affairs*, vol. 28, no 1, p. 1-17.

- SHEARMUR, R. (2006). «L'aristocratie du savoir et son tapis rouge. Quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida», dans D.-G. Tremblay et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie : enjeux et défis*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 285-303.
- SOJA, E.W. et A.J. SCOTT (1986). «Los Angeles: Capital of the late twentieth century», *Environment and Planning D: Society, and Space*, vol. 4, p. 249-254.
- STERN, M.J. et S.C. SEIFERT (2007). *Culture and Urban Revitalization: A Harvest-document*, Philadelphie, School of Social Policy and Practice, University of Pennsylvania.
- STOKER, G. (2002). «Life is a lottery: New labour's strategy for the reform of devolved governance», *Public Administration*, vol. 80, no 3, p. 417-434.
- TREMBLAY, D.-G. (2008). *Flexibilité, sécurité d'emploi et flexicurité: les enjeux et défis,* Québec, Presses de l'Université du Québec, 358 p.
- TREMBLAY, D.-G. et S. DARCHEN (2008). Les milieux innovateurs et la classe créative : revue des écrits et analyse de leur application en milieu urbain. Note de recherche publiée par la Chaire de recherche du Canada sur les enjeux socioorganisationnels de l'économie du savoir, <www.teluq.uqam.ca/chaireecosavoir)>.
- TREMBLAY, D.-G. et T. PILATI (2008). «The tohu and artist-run centers: Contributions to the creative city?», *Canadian Journal of Regional Science*, vol. 30, nº 2, p. 475-495.
- TREMBLAY, M., P.-A. TREMBLAY et S. TREMBLAY (dir.) (2006). *Le développement social*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- ULYSSE, P.-J. (2007). «Pratiques de solidarités et initiatives territoriales de lutte contre la pauvreté et l'exclusion, le cadre des structures médiatrices non étatiques», dans É. Baillergeau et C. Bellot (dir.), Les transformations de l'intervention sociale: entre innovation et gestion des nouvelles précarités?, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 13-36.
- VELTZ, P. (1996). *Mondialisation, villes et territoires : l'économie d'archipel*, Paris, Presses universitaires de France.
- VIARD, J. (1994). La société d'archipel ou les territoires du village global, Paris, L'Aube.
- WALSHOK, M.L., E. FURTEK, C.W. LEE et P.H. WINDHAM (2002). «Building regional innovation capacity: The San Diego Experience», *Industry and Higher Education*, p. 27-42.



La « classe créative » peut-elle être un élément du développement des villes ?

Jean-Pierre Augustin¹

'intérêt principal de cet ouvrage est de mettre en débat les éléments proposés par Richard Florida (2004, 2005) autour de la théorie de la classe créative. Cette théorie est moins connue dans les pays francophones et surtout français, faut-il s'en plaindre? Elle ne propose en réalité qu'un nouvel agencement d'idées, de modèles, d'indices et de préconisations qui participent à la réflexion sur l'évolution des villes et des grandes métropoles des pays développés. La recomposition de ces ensembles urbains est déjà bien engagée vers des modèles de villes plus créatives, plus

Nous tenons à remercier Alain Lefebvre pour ses apports dans la première partie de cet article.

participatives et plus cosmopolites; Richard Florida ne prend en compte que certains de ces aspects qui, par une sorte «de miracle urbain», seraient susceptibles de devenir les moteurs du développement et de la compétition des villes. En ce sens, on a bien affaire à une «théorie états-unienne» qui, sous un habillage pseudo-scientifique, est surtout destinée à vendre, à partir d'un ensemble «clés en main», des préconisations de marketing urbain. Après Frederick Law Olmsted proposant au xixe siècle ses parcs paysagers, après James Rousse inventant au xxe siècle ses « Festival Market Places», Richard Florida cherche, au début du xxIe siècle, à promouvoir, autour de la classe créative et de son installation en centre-ville, une solution hasardeuse au développement urbain et à la compétition mondiale des villes des pays développés. Il convient dans ce propos conclusif de rappeler d'abord quelques tendances et analyses qui ont précédé les travaux de Florida, de résumer ensuite les apports de la théorie et de noter enfin que le devenir des villes contemporaines et surtout de leur organisation ne peut pas se limiter aux préconisations proposées.

Les tendances et analyses qui précèdent ou accompagnent la théorie de Florida

L'invention de la classe créative n'est pas le résultat d'une découverte à la manière du pommier de Newton, qui éclaire soudainement une théorie. Depuis les années 1990, nombre d'auteurs, d'analyses, d'écrits ont souligné les éléments nouveaux qui marquent profondément les mutations et les aménagements urbains. L'émergence d'une classe créative n'est donc pas une révélation en soi, elle participe d'une réflexion où les apports multi-disciplinaires sont déjà de précieux indicateurs. Nous ne retiendrons ici que quelques éléments filtrés par nos propres recherches, mais bien d'autres pourraient être convoqués dans une perspective élargie.

1.1. L'émergence des cultures métropolitaines

La culture occupe une place de plus en plus importante dans les politiques publiques et l'organisation des villes, au point qu'elle est jugée comme un moyen et une condition indispensables au développement territorial, et pas nécessairement ou seulement comme sa finalité (Teisserenc, 1997). En parallèle à cette orientation, mais sans interaction avec elle, se déploie aussi un renouveau de l'intérêt pour la culture au sein des sciences sociales, et tout particulièrement pour l'approche culturelle en géographie (Claval, 1999). Les liens entre cette approche nouvelle des phénomènes sociospatiaux et le domaine de l'intervention en matière de développement

commencent à s'enrichir mutuellement en raison des relations complexes qui se tissent entre les diverses formes et modalités de la culture et la multidimensionalité de l'espace, d'autant plus que celui-ci est à la fois vécu et projeté, lieu de vie et instrument de l'action planificatrice (Augustin, 1998, 2007, 2008).

Les changements dans l'organisation et la forme de l'action métropolitaine, comme ceux concernant l'évolution des pratiques et des équipements culturels qui lui sont liés, ne peuvent pas être saisis sans tenir compte des processus socioculturels qui innervent l'ensemble de la société contemporaine. Sans les développer plus avant, cinq d'entre eux ont souvent été soulignés: celui de la mobilité accélérée qui favorise un changement d'échelle urbaine remettant en question la distance physique comme indice de proximité sociale; celui de la rétraction du social qui correspond à la désagrégation de l'organisation traditionnelle au profit d'un espace de parcours entre de multiples lieux; celui de la multiplication des moyens d'information et de communication qui agit dans l'espace social au détriment des relations personnelles directes; celui de la remise en cause de l'intégration par le travail productif qui a longtemps été un des fondements de l'organisation urbaine; et enfin, celui de l'individuation, qui devient un principe fondateur se distinguant de l'individualisme conçu comme un repli sur soi.

Ainsi, la société holiste, qui donnait une relative cohésion aux espaces et assignait à chacun un statut et un rôle en dictant des comportements et des croyances, s'est affaiblie progressivement, laissant la place à une société d'individuation manifestant une conscience élargie d'appartenance, voire une multiappartenance. Certains auteurs ont préféré insister sur le changement causé par les mutations technologiques pour appréhender l'émergence du fait que les processus de l'esprit, du mental, de l'information deviennent premiers par rapport à ceux de l'extraction, de la fabrication et de la transformation de la matière qui fondaient l'organisation socioculturelle précédente (Gaudin, 1997; Castells, 1998). Aux effets territoriaux nécessairement liés à ces mutations s'ajoutent les réflexions sur le vitalisme culturel, particulièrement visible dans les métropoles.

1.2. Le vitalisme culturel et les difficultés de la régulation

L'expression «vitalisme culturel» a été utilisée par certains chercheurs pour expliquer des mutations touchant la sphère de la «technoculture». Ainsi, pour André Lemos (1994), la «cyberculture» vient aujourd'hui bousculer le système technicien que l'on voyait autrefois comme un système indépendant de la culture. Lemos qualifie de «vitalisme» cette insertion de la vie sociale à travers la technique. Les communautés virtuelles sont

le résultat de cette union entre la culture postmoderne (éphémère, esthétique, tribale) et la technique (rationnelle). Cette sociabilité nouvelle développe un système culturel communautaire, activiste et anarchique dans lequel la liberté est l'ultime valeur.

Le champ culturel fournit maints exemples de ces systèmes communautaires entretenant des relations souvent ambivalentes avec le secteur institutionnel, que ce soit du côté des friches culturelles, des groupes d'artistes RMIstes, ou d'autres types de mouvements alternatifs. C'est dans cette perspective que des auteurs comme Pierre Urfalino (1996) ou Armel Huet et Guy Saez (2002) reprennent la formule du «vitalisme culturel». G. Saez remarque ainsi, en se référant à la littérature récente qui s'est développée à ce sujet, que la production culturelle puise sa force et sa légitimité sociale, en accord avec les sensibilités contemporaines, dans le triomphe de la subjectivité, dans l'affirmation des valeurs de la vie contre celle de la raison. Cela le conduit à épuiser les comportements et le système d'équivalence généralisé qui seraient ceux d'une vision postmoderne de la culture. La généralisation d'une conception dite «anthropologique» de la culture fondée sur le primat de l'expression culturelle immédiate, la mise en avant des revendications et discours anti-institutionnels des jeunes créateurs, l'appétence du public pour des formes et des lieux non conventionnels de création et de diffusion, la circulation mondialisée des produits des industries culturelles signeraient le coup d'arrêt à la construction collective d'un «sens», d'un projet culturel. Quant aux commentateurs qui restent sur le terrain traditionnel de la production et de la distribution sociale de la culture, certains d'entre eux affirment la nocivité de «l'État culturel» (Fumaroli, 1992) pendant que d'autres s'en remettent au seul État pour «refonder» les politiques publiques (Patriat, 1998).

Dans cette perspective, il est nécessaire de s'interroger sur les effets positifs du pluralisme culturel et sur le rôle régulateur des politiques culturelles des autorités publiques comme dimension essentielle dans la sauvegarde de la démocratie et de la cohésion sociale. L'enjeu est en effet de prendre en charge la création artistique contemporaine dans son inachèvement et ses incertitudes, de l'accueillir dans ses institutions les plus légitimes et en même temps de la laisser se développer dans de nouveaux espaces de liberté. La démocratisation de l'attitude esthétique, à travers les théâtre de rue, les événements festifs, les pratiques collectives et « amateurs », où l'émotionnel, voire le fusionnel prennent le dessus sur l'appréciation « raisonnée » des formes esthétiques. Le vitalisme culturel n'est certainement pas soluble dans l'action culturelle instituée, mais il n'est pas non plus antinomique avec celle-ci, ne serait-ce que sous la forme d'antidote ou d'alternative stimulante aux formes d'action les plus traditionnelles. Une autre entrée théorique peut être recherchée du côté des

Cultural Studies qui, en privilégiant l'approche anthropologique de la culture et le relativisme des formes d'expression culturelle, viennent appuyer la démarche vitaliste.

1.3. Les « Cultural Studies », l'approche culturaliste et le tournant de la géographie économique

Pour les tenants des Cultural Studies, des pratiques spontanées existent en dehors des circuits institutionnels. Leur droit à l'existence ne saurait être contesté et surtout pas par des institutions officielles toujours à la recherche de modalités d'expertise, de classement, de hiérarchisation des valeurs pouvant fonder une «politique culturelle » particulière. La mise en évidence de la diversité de ces pratiques, dans une perspective relativiste, a été encouragée par les principaux responsables de la politique culturelle en France, à commencer par l'ancien ministre Jack Lang. Mais il s'agissait plus d'élargir l'offre culturelle à de nouveaux entrants et de bousculer certaines positions établies que de décréter une équivalence généralisée de toutes les propositions artistiques et culturelles. Si les approches culturalistes ont favorisé la prise en considération des dimensions anthropologiques de la culture dans les politiques publiques, elles ont aussi contribué à «désencastrer» les questions culturelles des autres dimensions de la vie sociale, contribuant, par là même, à les autonomiser. Un spécialiste de la géographie sociale a critiqué cette approche de façon pertinente. Pour Guy Di Méo (1998), il s'agit de clarifier les rapports entre la géographie dite «culturelle» et la «géographie sociale». Dans La géographie en fêtes (2001), l'auteur n'hésite pas à pourfendre ce qu'il considère comme une sorte de révisionnisme culturaliste qui tendrait à interpréter les faits culturels de société comme résultant d'un ordre immuable et intemporel ou – variante pernicieuse – évoluant de manière purement aléatoire. Sans engager une polémique personnelle contre les «déviationnistes», l'auteur plaide pour une nouvelle géographie cognitive qui n'inverse pas les rôles du culturel et du social et qui se donne pour règle d'or de «ne jamais isoler un fait culturel des enjeux et des rapports sociaux, des positions sociales et bien sûr des espaces géographiques actifs qui le sous-tendent ».

La géographie économique, de son côté, s'est attachée à partir des années 1990 à une redéfinition de l'économique et à son articulation avec le culturel. La revue *Géographie et culture* a consacré un numéro spécial à ce thème où il est rappelé (Guéneau de Lamarlière, 2004) que la géographie des années 1950 avait, sous la forme de l'analyse spatiale, influencé l'ensemble de la géographie humaine, mais que la relation s'est inversée, puisque la géographie économique porte crédit aux différents courants culturels qui ont touché la discipline. En évoquant un tournant de la

géographie économique, on souligne le passage d'une science de l'espace à une science des lieux (pour les anglophones) ou du territoire (pour les francophones). L'analyse spatiale était centrée sur l'espace souvent perçu comme abstrait, homogène et continu afin d'être traité géométriquement et modélisé. Les flux, les interactions spatiales intégrant le coût des transports et les localisations optimales des activités étaient valorisés afin de rechercher un ordre géographique et des lois générales. Ce qui caractérise les nouvelles approches géographiques, c'est la prise en compte des lieux particuliers selon des échelles variées (un quartier financier, un district industriel ou culturel, une région, un pays...). L'espace est alors marqué par sa concrétude et sa singularité; ces attributs permettent de saisir les liens entre le culturel, dimension essentielle de la spécificité des lieux, et les pratiques et représentations qui le construisent.

1.4. Le nouvel esprit du capitalisme

Une autre explication est à rechercher du côté des théories de la justification avec l'analyse proposée en 1999 par L. Boltanski et E. Chiapello dans leur ouvrage Le nouvel esprit du capitalisme. Pour ces deux auteurs, la crise économique suscite des phénomènes nouveaux, telle l'exclusion, et révèle une dégradation sans précédent d'éléments des conditions de vie que l'on jugeait acquises depuis des années de prospérité. Mais il existe une autre crise, plus profonde, celle de la critique du capitalisme, trop souvent attachée à des schémas d'analyse qui conduisent nombre de protestataires à se replier sur la défense des acquis du secteur public, alors que la crise frappe prioritairement le secteur privé. Ce nouvel esprit du capitalisme, ils en tracent les contours à partir d'une analyse inédite de l'ensemble des textes de management qui, durant des années, ont nourri la pensée du patronat, irrigué les nouveaux modes d'organisation industrielle: c'est dans ces années que le capitalisme renonce majoritairement au principe fordiste de l'organisation hiérarchique du travail pour développer un autre capitalisme: celui des cercles de qualités, des centres de profit, des travailleurs indépendants. Cette transformation n'a pu s'effectuer que grâce à la formidable récupération, par le capitalisme, de la «critique artiste», celle qui, après mai 68, n'eut de cesse de dénoncer l'aliénation de la vie quotidienne par le capital militarisé dans son organisation. Mais cette récupération a tué la « critique artiste » elle-même, alors que, dans le même temps, la «critique sociale» manquait le tournant du nouvel esprit du capitalisme et demeurait rivée aux vieux schémas de l'organisation hiérarchisée et encadrée.

C'est à une relance conjointe des deux critiques possibles du capitalisme qu'invite leur ouvrage. Si le vitalisme culturel, au sens évoqué ci-dessus, est de nature à pouvoir être aisément récupéré par les instances

sociales dominantes, il en va différemment avec la perspective de renouveau de la critique artiste que leur livre suggère: la limitation de la sphère marchande semble en effet peu compatible avec les orientations actuelles de politiques culturelles cherchant dans le secteur privé aussi bien un complément de ressources financières qu'un nouvel élan créateur.

Au total, L. Boltanski et E. Chiapello développent une thématique susceptible de rassembler aussi bien les tenants de l'action culturelle instituée que les «spontanéistes» en proposant une deuxième piste de renouveau de la critique artiste: la sécurité comme facteur de libération. Pour les auteurs, la libération dans un monde connexionniste, parce qu'elle est étroitement liée à la mobilité incessante (à l'intérieur du réseau, dans le passage d'un projet à un autre), est paradoxalement porteuse d'anomie. On peut douter de la capacité de la cité par projet à fonder un monde vivable dans lequel la mobilité serait la condition libératoire. La libération passe au contraire, selon les auteurs, par un accroissement de la sécurité, tout comme cela fut le cas lors des époques précédentes du capitalisme. Il s'agit de chercher tous les moyens qui ralentissent cette mobilité pour réduire à la fois l'exploitation et l'inauthenticité.

1.5. Les mutations du travail productif et la précarisation des emplois

Une autre entrée prolongeant celle du nouvel esprit du capitalisme a trait à l'évolution du travail. Pour le dire vite, nombre d'auteurs montrent que le travail productif tel que nous le connaissons a vocation à disparaître. Après la révolution de la vapeur, de l'acier et du textile est arrivée celle de l'électricité, de l'automobile et du pétrole, la troisième révolution en cours est celle de la société informationnelle. Cette révolution du travail est analysée depuis plusieurs décennies par des observateurs américains et européens: les progrès techniques et surtout informatiques ont permis l'augmentation de la productivité tout en diminuant les emplois productifs, favorisé la diversification de la main-d'œuvre dans le tertiaire. Mais comme le note Jérémy Rifkin (1997), jamais l'économie occidentale ne créera assez d'emplois pour équilibrer la réduction des emplois productifs, et Dominique Méda (1995) affirme même que ce type de travail est en voie de disparition.

La tendance forte est celle d'une précarisation des emplois. Les travaux de P.-M. Menger concernant la métamorphose du travail et notamment la valorisation du travail artistique dont les capacités d'imagination, de singularité et d'implication personnelle pourraient être transposées dans d'autres activités productrices. L'auteur souligne que les nouveaux emplois artistiques se caractérisent par des revenus incertains, fluctuants

où se succèdent des phases d'abondance et de précarité. Cette flexibilité du travail serait plus facilement acceptée par des individus qui choisissent un style de vie épanouissant leur laissant une large marge d'initiative. Mais comment admettre sans débats que le travailleur flexible et précaire, soutenu par l'idéologie d'une classe ou d'une économie créative, remplace le salarié traditionnel?

Cette précarisation des emplois touche notamment les professions intellectuelles. Anne et Marine Rambach (2001, 2009) analysent l'univers des nouveaux prolétaires des milieux culturels en France. Ces deux trentenaires gais, que Florida pourrait comptabiliser dans son «indice gai» et qui ne sont pas dépourvues de talents, témoignent de la dégradation de la situation de toute une génération. Elles s'insurgent contre l'offensive libérale concernant le monde de la culture, du savoir et de l'information dont la «modernisation» passerait par la paupérisation de ceux qui l'animent et leur mise sous tutelle directe ou indirecte. Pour elles, les causes sont multiples, elles notent l'inadéquation de nombreuses formations au regard des offres d'emplois, la tendance à l'externalisation des services, des groupes de l'édition, de l'information et de la culture, mais aussi le rôle de l'État et de ses services décentralisés qui s'offrent une main-d'œuvre flexible à petit contrat.

C'est sur ces données générales débouchant sur une soi-disant société sans classe, sans emploi fixe, sans culture dominante que Florida évoque l'émergence (paradoxale?) d'une classe créative regroupant ceux qui ont du talent, de la technique et de la tolérance.

2. Quels seraient les apports de la classe créative?

Dans cette diversité des approches, des questions et des débats concernant l'évolution des métropoles occidentales et notamment la tertiarisation culturelle des activités et des emplois, qu'y a-t-il de nouveau dans les apports de la classe créative? Il ne s'agit pas ici de reprendre les arguments des auteurs mis en débat dans cet ouvrage, mais de rappeler le contexte, les fondements et les préconisations proposés par Richard Florida.

2.1. Le contexte

Au-delà des éléments contextuels présentés dans une perspective française, bien d'autres thèses anglo-saxonnes peuvent être mobilisées pour évoquer l'émergence de la construction de Florida. Beaucoup l'ont été dans les articles de cet ouvrage mettant en débat les propos de l'auteur. Rappelons

brièvement quelques apports incontournables et d'abord les ouvrages de Jane Jacobs (1961, 1992), qui proposent une rupture dans l'organisation des villes. L'auteure s'est insurgée contre les théories modernes coupables de la mort des centres, du zonage et de l'étalement urbain, et a contribué à un renversement doctrinal de l'urbanisme fonctionnaliste en valorisant l'aspect culturel des villes; J. Jacobs serait une des premières à aborder l'idée de ville créatrice en soulignant le rôle de l'innovation, de l'improvisation et de la diversité ethnique comme ingrédients de la dynamique et de la vitalité urbaine. D'autres comme Landry (2000) énumèrent, après J. Jacobs, les facteurs contribuant à l'émergence d'une ville innovante et créative. Bien d'autres encore présentés dans cet ouvrage par T. Pilati et D.G. Tremblay peuvent être rappelés pour mettre en contexte les fondements de la classe créative.

2.2. Résumé en trois points des fondements de la théorie de la classe créative

- L'émergence d'une classe créative qui résulterait de l'évolution et de la restructuration du capitalisme contemporain. Les mutations dans l'organisation du travail sont liées au passage d'une société industrielle à une société postindustrielle, entraînant des changements profonds dans le monde social et l'aménagement urbain. Cette classe rassemblerait deux groupes de travailleurs créatifs avec d'une part, les catégories qui sont censées proposer des innovations technologiques (les scientifiques, les chercheurs, les artistes mais aussi les urbanistes, les architectes, les aménageurs...) rassemblés dans le groupe «the Super Creative core» et, d'autre part, les catégories qui favoriseraient la réalisation et la mise en œuvre de ces innovations dans le domaine du droit, de la finance, de la médecine et plus généralement des politiques publiques qui sont regroupées dans le groupe «the Creative Professionals».
- Cette classe créative ne fonctionne qu'en synergie, en coprésence et l'auteur propose un indice statistique (creative index) pour mesurer les effets d'entraînement à partir de quatre facteurs: les emplois liés à la classe, l'innovation à partir du nombre de brevets déposés, le repérage des entreprises de haute technologie et la diversité socioculturelle de quelques groupes et notamment des homosexuels, des étrangers et des artistes. L'alliance des trois T: tolérance, talent et technologie permettrait d'expliquer le dynamisme des villes nord-américaines avec l'exemple de San Francisco et de Seattle.

La prise en compte de l'émergence de cette nouvelle classe créative et la proposition d'indices statistiques soulignant les synergies et les capacités innovatrices des groupes permettraient le classement des villes selon une hiérarchie soulignant celles qui seraient les plus créatives, les plus bohèmes ou les plus «high tech».

2.3. Les préconisations

Ces fondements établis et considérés comme pratiquement incontournables, l'auteur propose des prescriptions et offre ses services au prix fort à toutes les villes qui veulent être gagnantes dans le jeu de la concurrence mondiale. On est là dans une praxéologie, une tension entre théorie et pratique, qui amène l'auteur à préconiser des outils, une sorte de kit clés en main, qui devraient permettre aux acteurs des politiques publiques de s'engager dans des perspectives opératoires pour gagner la course à l'excellence urbaine. Ces préconisations peuvent là encore être résumées en trois points:

- mettre tout en œuvre pour favoriser l'installation de cette classe créative par des politiques publiques répondant à ses attentes et à ses goûts, car cette classe va permettre le développement et la croissance des villes;
- favoriser l'ancrage territorial des entreprises créatives par des politiques de régénérations urbaines, notamment dans certains secteurs des centres-villes susceptibles de devenir des pôles de croissance autour desquels les catégories d'acteurs de la classe créative trouveront des modes de vie répondant à leurs désirs;
- l'installation de la classe et des entreprises créatives entraînera des synergies et ces secteurs urbains seront le creuset où de nouveaux réseaux professionnels s'implanteront avec une main-d'œuvre variée, mobile et flexible bien adaptée aux besoins changeants des entreprises innovantes.

L'auteur rejoint ici les analyses concernant les systèmes productifs locaux, ou grappes, qui remettent en cause les théories d'a-territorialités des activités. Autrement dit, les villes doivent se concurrencer pour attirer les talents et celles qui seront à même de proposer des cités créatives sont les seules qui auront de l'avenir; pour cela, les acteurs, les entrepreneurs des politiques publiques doivent développer des interactions, des échanges de savoirs pour faire émerger des grappes industrialo-culturelles organisées en grappes novatrices.

3. Le devenir des villes contemporaines peut-il se limiter à ces apports?

La thèse de Florida questionne et, au-delà d'arguments présentés dans les diverses contributions de cet ouvrage, on a souligné que sur certains points, elle prend en compte des éléments tendanciels des évolutions urbaines et sociétales. Mais peut-on pour autant affirmer avec une telle assurance et peu d'analyses contextuelles véritablement démonstratives des résultats attendus? Nous voudrions, en terminant cette réflexion conclusive, souligner d'abord que le rôle et la place de la culture et de la création dans les villes ne peuvent que s'accentuer, mais ce n'est pas pour autant que la valorisation de certains talents aura des effets positifs pour le développement global des villes.

3.1. L'embellie culturelle des villes occidentales

Sur le premier point, on peut admettre que les tendances actuelles participent à une embellie culturelle des villes et à leur décloisonnement. Les équipements, les services, les créations et les acteurs culturels s'inscrivent dans un jeu complexe d'offres et de demandes qui, selon Antoine Haumont (1996), se situe à l'interférence de trois sphères: celle de l'offre publique (dominante dans le modèle français), qui cherche à promouvoir le développement culturel et la valorisation différenciée des pratiques; celle de l'offre privée, qui détecte de nouveaux marchés et développe ses entreprises dans les secteurs jugés les plus rentables; et celle des individus qui mesurent mieux qu'hier l'intérêt à s'engager dans des stratégies de participation culturelle. C'est en jouant sur ces sphères que l'action culturelle laisse apparaître deux grandes tendances, l'une résultant des efforts des acteurs locaux pour assurer la dynamique urbaine et le mélange social, l'autre liée à la compétition qu'ils mènent pour valoriser l'image des villes. Or, cette action se joue sur fond d'ajustement conceptuel aux variations culturelles dont on commence à mieux prendre la mesure aujourd'hui.

Si l'on convient que les questions posées par les agencements culturels, par l'évolution des pratiques et des lieux ne peuvent être réduites à une approche fondée sur la simple description des transformations territoriales (les cadres de vie) ou sur l'homologie entre structures de classes et activités (les styles de vie), un vaste chantier de recherches est ouvert aux disciplines valorisant les dynamiques sociospatiales. La géographie et l'aménagement peuvent ainsi apporter leur contribution. Si les données économiques, démographiques, sociologiques et anthropologiques enrichissent les analyses, il n'en reste pas moins que les cultures participent à la territorialisation de l'espace et à la qualification des lieux et que l'étude de ces interactions s'impose, notamment dans les espaces publics.

Il est clair aussi que, dans cette approche, la culture doit être comprise dans un sens large dépassant l'acception traditionnelle, qui procède de contenus et reste, dans son sens classique, tournée vers les arts et les lettres. Elle est davantage une manière d'être, de se comporter, de s'informer, c'est-à-dire qu'elle est plus liée au mouvement et au dessein qu'au contenu lui-même. Saisie dans sa diversité et sa variabilité, la création culturelle a nécessairement un ancrage dans le vécu et dans l'initiative individuelle. Il faut donc se garder de se placer exclusivement sous l'angle de la réception passive, par l'individu, de produits élaborés par d'autres, afin d'être attentif à la part active du sujet qui cherche non seulement à s'adapter, mais aussi à faire sens de sa vie ou de ses activités. En cela, la culture est création, et c'est cette part de réflexivité et de créativité, exercées en rapport avec l'environnement, qu'il faut essayer de saisir et de souligner dans les analyses géographiques (Berdoulay et Entrekin, 1998). C'est d'ailleurs sur elle que repose, au fond, tout projet de développement démocratique (Berdoulay et Morales, 1999).

3.2. Le risque des solutions miraculeuses

Sur le deuxième point, la classe créative présentée par Florida est loin d'apparaître comme une solution miraculeuse du développement urbain et on peut douter de la capacité de ses membres, perçus comme des magiciens, à résoudre, ou atténuer par ricochets, les problèmes d'une crise profonde des grandes villes. On aurait tendance à penser que le risque est au contraire, si cette classe s'organise dans les espaces privilégiés du tertiaire, que ne se creuse l'écart entre les secteurs prestigieux de la ville et la dérive menaçante des périphéries et des banlieues (dans le cas de la France). Il est désormais urgent d'éviter l'accentuation de cette dualisation entre des secteurs survalorisés susceptibles d'attirer une classe particulière et des pans entiers des territoires urbains. Bien sûr, les plus optimistes peuvent toujours penser que la réussite des premiers pourrait rejaillir sur les seconds, mais cette vision hypothétique ne se réalisera que si une attention particulière, une valorisation différentiée, leur est aussi proposée et si les grappes culturelles qui y sont déjà y sont renforcées. Autrement dit, si la ville doit être perçue comme une machine «destinée à maximaliser l'interaction sociale» (Claval, 1981) ou comme une organisation «rendement social croissant» (Lévy, 1996), elle doit permettre d'offrir à chacun le maximum de services, de se libérer des tutelles et des liens d'enfermement qu'imposent d'autres organisations. L'accessibilité à un maximum de possibles, l'affranchissement des contraintes, le désenclavement des lieux d'enracinement sont au centre de l'urbanité, qui reste un idéal encore trop éloigné des réalités urbaines. C'est ce projet qui doit servir d'objectif à l'aménagement des villes et de moteur à l'action collective.

Les effets de métropolisation, ce mouvement accusé de concentration urbaine qui débute dans les années 1950, ont aggravé l'étalement des villes et amené à considérer leur classement en fonction d'un gradient d'urbanité. Certains parlent de métapoles (Ascher, 1995) pour souligner l'élargissement urbain et la dépendance d'espaces profondément hétérogènes et pas nécessairement contigus, intégrés dans le fonctionnement quotidien d'une métropole. D'autres considèrent que l'ère de la «troisième ville» (Mongin, 1995), faisant suite à celle des périodes préindustrielle et industrielle, a commencé et qu'il faut s'attacher à la construire. Cette troisième ville dite postindustrielle, postfordiste ou postmoderne selon les expressions utilisées, a beaucoup à réinventer et notamment la capacité à réutiliser ce qui l'a précédée. Elle doit aussi recréer l'espace en portant attention aux «creux» autant qu'aux «pleins» et en favorisant les lieux publics, non seulement dans les zones centrales, mais aussi le long des cheminements urbains qui se multiplient entre les centres secondaires. Le pilotage par les normes n'est plus suffisant pour répondre aux demandes, et l'organisation hiérarchique opposant les équipements centraux de prestige à ceux de la périphérie se défait sous la pression des usagers et des collectivités locales. C'est la fin du zonage culturel et l'ouverture de réseaux mieux adaptés à la diversité sociale. Ces réseaux participent à la production de la ville, à son désenclavement et tendent à généraliser l'urbanité à l'ensemble de l'agglomération. Au total, le devenir des villes contemporaines et surtout leur organisation ne peuvent se limiter à la valorisation d'une classe créative, à la seule création de grappes industrialo-culturelles dans les centres ou péricentres, mais doit prendre en compte l'aménagement global de la cité.

Références

AGNEW, J., J. MERER et D. SOPHER (dir.) (1984). *The City in Cultural Context*, Boston, Allen and Unwrin.

ASCHER, F. (1995). Métapolis ou l'avenir des villes, Paris, Odile Jacob.

ASCHER, F. et F. GODARD (1999). « Vers une troisième solidarité », *Esprit*, novembre, p. 168-189.

AUGUSTIN, J.-P. (2008). «Bordeaux, la promotion symbolique de la ville par la culture», L'Observatoire, revue des politiques culturelles, vol. 24, p. 31-35.

AUGUSTIN, J.-P. (dir.) (2007). Sites publics, Lieux communs, Pessac, MSHA.

AUGUSTIN, J.-P. et A. LEFEBVRE (dir.) (2004). Perspectives territoriales pour la culture, Pessac, MSHA.

AUGUSTIN, J.-P. et D. LATOUCHE (dir.) (1998). Lieux culturels et contextes de villes, Pessac, MSHA.

- BERDOULAY, V. et J.-N. ENTREKIN (1998). «Lieu et sujet. Perspectives théoriques », L'Espace géographique, vol. 2, p. 75-89.
- BERDOULAY, V. et M. MORALES (1999). «Espace public et culture: stratégies barcelonaises», *Géographie et cultures*, vol. 29, p. 25-42.
- BOLTANSKY, L. et E. CHIAPELLO (1999). Le nouvel esprit du capitalisme, Paris, Gallimard.
- BROWN, L. (1981). Innovation diffusion. A new perspective, Londres, Methuen.
- CASTELLS, M. (1998). L'ère de l'information, tome 1, La société en réseaux, Paris, Fayard.
- CLAVAL, P. (1981). La logique des villes, Paris, Litec.
- CLAVAL, P. (1999). «Qu'apporte l'approche culturelle à la géographie?», *Géographie et cultures*, vol. 31, p. 5-24.
- DI MÉO, G. (1998). Géographie sociale et territoires, Paris, Nathan.
- DI MÉO, G. (dir.). (2001). La géographie en fêtes, Gap, Ophrys, 270 p.
- DONNAT, O. (1994). Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme, Paris, La Découverte.
- DONNAT, O. (2003). *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, Paris, La Documentation française.
- FEATHERSTONE, M. (1991). Consumer Culture and postmodernism, Londres, Sage.
- FLORIDA, R. (2004). Cities and the Creative Class, New York, Routledge.
- FLORIDA, R. (2005). The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent, New York, Harper Business.
- FUMAROLI, M. (1992). L'État culturel, essai sur une religion moderne, Paris, De Fallois.
- GAUDIN, T. (1997). «Un nouveau système technique», *La Tribune Fonda*, vol. 125, p. 37-43.
- GRANG, M. (1998). Cultural Geography, Londres, Routledge.
- GUÉNEAU DE LAMARLIÈRE, I. (2004). «L'espace et le lieu dans la géographie économique culturelle », *Géographie et culture*, vol. 49, p. 3-22.
- HAUMONT, A. (1996). «L'équipement culturel des villes», *Annales de la Recherche urbaine*, vol. 70, p. 148-153.
- HUET, A. et G. SAEZ (dir.) (2002). *Le règne des loisirs*, Paris, DATAR et Éditions de l'aube.
- JACOBS, J. (1961). The death and life of great American Cities, New York, Random House.
- JACOBS, J. (1992). Les villes et la richesse des nations, Montréal, Les éditions du Boréal.
- LANDRY, C. (2000). The Creative City, A Toolkit for Urban Innovation, Londres, Earthscan.
- LEFEBVRE, A. et R. BOURRE (2000). «La médiation culturelle du territoire », *Sud-Ouest Européen*, n° 8, p. 49-56.

LEMOS, A. (1994). «Les communautés virtuelles», Société, vol. 45, p. 233-261.

LÉVY, J. (1996). «La ville, concept géographique, objet politique», *Le Débat*, vol. 92, p. 111-125.

LUCCHINI, F. (2002). La culture au service des villes, Paris, Anthropos.

MÉDA, D. (1995). Le travail, une valeur en voie de disparition, Paris, Flammarion.

MENGER, P.-M. (2002). Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphose du capitalisme, Paris, Seuil.

MONGIN, O. (1995). Vers la troisième ville, Paris, Hachette.

PATRIAT, C. (1998). La culture, un besoin d'État, Paris, Hachette.

RAMBACH, A. et M. RAMBACH (2001). Les intellos précaires, Paris, Fayard.

RAMBACH, A. et M. RAMBACH (2009). Les nouveaux intellos précaires, Paris, Stock.

RIFKIN, J. (1997). La fin du travail, Paris, La Découverte.

TEISSERENC, P. (1997). «Le développement par la culture», L'Homme et la Société, vol. 125, p. 107-121.

URFALINO, P. (1996). L'invention de la politique culturelle, Paris, La Documentation française.

Notices biographiques



Jean-Pierre Augustin, professeur de géographie et d'aménagement à l'Université de Bordeaux, est spécialiste des formes d'actions collectives territoriales. Il dirige des recherches sur les villes, le sport, la culture et le tourisme à la Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine et à l'UMR ADES du CNRS. Ses travaux portent sur la France et sur l'Amérique du Nord. Il a été professeur invité dans plusieurs universités nord-américaines et notamment à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Auteur d'une quinzaine d'ouvrages (entre autres, Lieux culturels et contexte de ville en 1998, Sites publics, lieux communs 1 en 2000, Perspectives territoriales pour la culture en 2004, Sites publics, lieux communs 2 en 2008 aux Éditions de la MSHA) et d'une soixantaine d'articles dans des revues spécialisées, il a dirigé plusieurs rapports sur la culture à la suite d'appels d'offre pour des ministères et des collectivités locales.

Marianna d'Ovidio est chercheure au Département de sociologie et de recherche sociale de l'université de Milan, Bicocca. Elle est titulaire d'un doctorat en études urbaines et locales européennes. Sa thèse portait sur l'économie culturelle de Milan et de Londres. Ses principaux intérêts de

recherche ont trait à la transformation urbaine, à l'économie culturelle, à la créativité et à l'application des systèmes de géo-informatique dans les sciences sociales. Elle a participé au projet européen Social Polis.

Sébastien Darchen est professeur adjoint à la Faculté d'études de l'environnement à l'Université York à Toronto, et enseigne dans le programme en aménagement. Titulaire d'un doctorat en études urbaines de l'INRS-Urbanisation, Culture et Société (Montréal), il a également effectué son postdoctorat à Montréal à la Chaire du Canada sur les enjeux socioorganisationnels de l'économie du savoir. Ses recherches portent actuellement sur les stratégies des acteurs urbains concernant la revitalisation des centres-villes nord-américains. Son objectif est de comparer le processus de mise en forme de nouveaux quartiers basés sur les activités de divertissement comme le cas du Toronto Entertainment District à Toronto ou celui du Quartier des spectacles à Montréal.

Juan Luis Klein est professeur titulaire au Département de géographie et directeur adjoint du Centre des recherches sur les innovations sociales (CRISES). Il a réalisé ses études de premier cycle en histoire et géographie économiques à l'Université de Santiago, au Chili (ex-Universidad Técnica del Estado) entre 1969 et 1972. Ensuite, il a obtenu une maîtrise (1977) et un doctorat (1981) en géographie à l'Université Laval (Québec). Ses enseignements et travaux portent sur la géographie socioéconomique, l'économie sociale, l'aménagement régional, le développement local et l'épistémologie de la géographie. Il est responsable de la collection «Géographie contemporaine» des Presses de l'Université du Québec et est membre du comité de rédaction de plusieurs revues scientifiques.

Spécialiste en études québécoises, **Marc V. Levine** est professeur d'histoire et d'études urbaines à l'Université du Wisconsin, à Milwaukee, où il dirige également le Centre pour le développement économique. Il est notamment coauteur d'un ouvrage intitulé *The State and Democracy: Revitalizing America's Government* et auteur de *La reconquête de Montréal* (1997).

Thomas Pilati a complété une formation en architecture et en management des arts de l'université de Trento en Italie. Il a fait un stage de recherche à la Chaire de recherche du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l'économie du savoir de la Télé-université de l'UQAM, et a travaillé à l'organisation de plusieurs biennales en art contemporain, à Montréal et en Italie.

Myrtille Roy-Valex est doctorante en études urbaines à l'Institut national de la recherche scientifique (INRS-UCS) du Québec, membre de la chaire Fernand Dumont sur la culture, du Laboratoire Innovations, Culture et Villes ainsi que du Réseau interuniversitaire Arts, Culture, Société (RIACS).

Sa recherche doctorale propose une exploration des liens entre l'offre culturelle territoriale et les capacités attractives des villes-centre en faveur du redéploiement économique urbain. Le problème est envisagé à partir d'une enquête ethnosociologique portant sur l'industrie du jeu vidéo à Montréal et son personnel «créatif ». Ce travail de thèse bénéficie du soutien financier du Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH) et du Fonds québécois de la recherche sur la société et la culture du Québec (FQRSC). Depuis 1999, Myrtille Roy-Valex est assistante principale de recherche pour divers projets de l'INRS-UCS. Elle a publié plusieurs articles sur le thème culture et ville, notamment: «Classe créative et marché du travail dans l'industrie du jeu vidéo à Montréal», dans F. Leriche, S. Daviet, M. Sibertin-Blanc et J.M. Zuliani (dir.), L'économie culturelle et ses territoires, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, 2008; et «Culture, ville et nouvelle économie créative», dans E. Berthold E. (dir.), Mondialisation et cultures: regards croisés de la relève sur le Québec, Québec, Les Presses de l'Université Laval/IQRC, 2007. En 2008, elle coorganisait le colloque international «Arts et territoires. Vers une nouvelle économie culturelle?», qui s'est tenu à Québec les 6 et 7 mai 2008 dans le cadre du 76e congrès de l'AACFAS.

Richard Shearmur, titulaire de la Chaire du Canada en statistiques spatiales et politiques publiques, est professeur à l'INRS Urbanisation, Culture, Société au sein de l'Université du Québec. Après son baccalauréat en économie foncière à Cambridge, il a travaillé pendant cinq ans comme consultant en immobilier d'entreprises en France, en Angleterre et en Espagne. Il a ensuite entrepris une maîtrise en urbanisme à l'Université McGill et un doctorat en économie géographique à l'Université de Montréal. Ces diverses expériences on tous en commun une focalisation sur les aspects économiques et politiques de l'utilisation du sol, et ce, de l'échelle du terrain à celle du continent. Ses recherches actuelles portent à la fois sur l'évolution intramétropolitaine de l'économie spatiale et sur le développement régional à l'échelle nationale. Il s'intéresse notamment aux questions de mobilité, à la migration pour des motifs économiques, et aux aspects méthodologies et conceptuels des études quantitatives en géographie économique. Ses articles récents sont parus dans Urban Geogeaphy, Régional Studies, Urban Affairs Review, Urban Studies et Industry and Innovation.

Diane-Gabrielle Tremblay est professeure au Département économie et gestion à la Télé-université de l'UQAM et titulaire de la Chaire de recherche du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l'économie du savoir (<www.teluq.uqam.ca/chaireecosavoir>). Elle est directrice de l'ARUC – Alliance de recherche université-communauté – sur la gestion des âges et des temps sociaux, chercheure au Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES) de l'UQAM, et a été professeure invitée dans les universités

de Paris I-Sorbonne, de Lille I, d'Angers, de Toulouse II, à l'Institut d'administration des entreprises de l'université de Lyon 3, à l'université de Louvain-la-Neuve en Belgique, à l'université de Hanoi (Vietnam) et à la European School of Management. Elle a publié de nombreux articles, notamment dans le Canadian Journal of Regional Science, Geojournal, Intl Journal of Entreprise and Innovation Management, Géographie économie et société, Gestion, Journal of e-Working, New Technology, Work and employment, et bien d'autres. Elle est présidente du comité de sociologie du travail de l'Association internationale de sociologie, responsable du comité Gender, work and family de la Society for the Advancement of Socio-Economics, et coresponsable du comité Temps sociaux de l'Association internationale des sociologues de langue française.

Rémy Tremblay a fait ses études de baccalauréat et de maîtrise en géographie à l'Université Laval. En 2000, il a obtenu un doctorat de l'Université d'Ottawa dans la même discipline. Ses travaux portent sur les multiples dimensions sociospatiales de la ville nord-américaine, et ce, en s'appuyant sur des méthodes qualitatives. Il travaille également sur les comportements socioculturels des touristes québécois. En 2006, il a publié Floribec: espace et communauté aux Presses de l'Université d'Ottawa, ouvrage qui traite des bases spatiales sur lesquelles repose la communauté touristique transnationale québécoise située dans la grande région de Miami. De 2002 à 2004, Rémy Tremblay a réalisé un stage postdoctoral à l'Institut national de la recherche scientifique (INRS - Urbanisation, Culture et Société), à Montréal. Il a alors travaillé sur les palmarès des villes du savoir et les théories de développement économique reliées à l'économie du savoir. Depuis juin 2005, Rémy Tremblay est professeur à la Télé-université de l'UQAM et titulaire de la Chaire de recherche du Canada sur les villes du savoir. Il est également directeur de l'Équipe de recherche sur les villes du savoir (ERVS), laboratoire financé par la Fondation canadienne pour l'innovation. Il a codirigé avec Diane-Gabrielle Tremblay un ouvrage publié aux Presses de l'Université du Québec en 2006: La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie. Rémy Tremblay est corédacteur (manuscrits en français) de la Revue canadienne des sciences régionales, et membre du comité éditorial des revues Interventions économiques et International Journal of Knowledge-Based Development. De plus, il est Fellow et Certified Geographer de la Royal Geographical Society (Royaume-Uni).

Elsa Vivant est maître de conférences en urbanisme à l'Institut français d'urbanisme. L'objet central de ses recherches concerne le rôle de la culture dans les dynamiques urbaines et la recomposition des territoires métropolitains. Il s'agit de comprendre les mutations urbaines et sociales à travers l'analyse critique de l'instrumentalisation de la culture dans l'action urbaine. Dans le cadre de son doctorat en études urbaines (Université

Paris 8), elle a montré dans quelle mesure les pratiques culturelles off participent aux dynamiques urbaines, en quoi la coexistence de lieux alternatifs et de lieux culturels institutionnels est essentielle à l'effervescence créative d'une métropole et comment les urbanistes instrumentalisent ces scènes artistiques off dans le cadre d'un projet urbain. Lors d'un séjour postdoctoral à la London School of Economics, elle a développé une approche critique du rôle et de l'usage de la culture dans les politiques d'aménagement et d'urbanisme, en s'appuyant sur l'analyse de l'implication croissante des acteurs privés dans le financement et la gestion des institutions culturelles, notamment les musées et monuments. Ses travaux mettent en évidence les liens et articulations entre les pratiques des urbanistes en matière d'aménagement culturel et les mutations internes du champ de la production culturelle.



Collection sous la direction de Juan-Luis Klein

Géographie de l'Amérique latine

Une culture de l'incertitude Nathalie Gravel 2009, ISBN 978-2-7605-2409-5, 372 pages

Une seule terre à cultiver

Les défis agricoles et alimentaires mondiaux Sous la direction de Jean-François Rousseau et Olivier Durand 2009, ISBN 978-2-7605-2434-7, 166 pages

Le paysage

Un projet politique Mario Bédard 2009, ISBN 978-2-7605-2361-6, 372 pages

La logique sociale du développement territorial

Frank Moulaert et Jacques Nussbaumer 2008, ISBN 978-2-7605-1373-0, 174 pages

Politiques de l'eau

Grands principes et réalités locales Sous la direction de Alexandre Brun et Frédéric Lasserre 2006, ISBN 2-7605-1457-9, 436 pages

Les monde dans tous ses États

Une approche géographique Sous la direction de Juan-Luis Klein et Frédéric Lasserre 2006, ISBN 2-7605-1453-6, 586 pages

Les poids du monde

Évolution des hégémonies planétaires Rodolphe De Koninck et Jean-François Rousseau 2006, ISBN 2-7605-1436-6, 240 pages

Des flux et des territoires

Vers un monde sans États? Sous la direction de Bernard Jouve et Yann Roche 2006, ISBN 2-7605-1410-2, 402 pages

Eaux et territoires – 2° édition Tension, coopérations et géopolitique de l'eau Frédéric Lasserre et Luc Descroix 2005, ISBN 2-7605-1384-X, 522 pages

Transferts massifs d'eau

Outils de développement ou instruments de pouvoir? Sous la direction de Frédéric Lasserre 2005, ISBN 2-7605-1379-3, 610 pages

La ville autrement

Sous la direction de Pierre Delorme 2005, ISBN 2-7605-1342-4, 300 pages

Mouvements sociaux et changements institutionnels

L'action collective à l'ère de la mondialisation Sous la direction de Louis Guay, Pierre Hamel et Jean-Guy Vaillancourt 2005, ISBN 2-7605-1341-6, 438 pages

Démocraties métropolitaines

Transformations de l'État et politiques urbaines au Canada, en France et en Grande-Bretagne Sous la direction de Bernard Jouve et Philip Booth 2004, ISBN 2-7605-1236-3, 356 pages

Reconversion économique et développement territorial

Sous la direction de Jean-Marc Fontan, Juan-Luis Klein et Benoît Lévesque 2003, ISBN 2-7605-1244-4, 360 pages

Le territoire pensé

Géographie des représentations territoriales Sous la direction de Frédéric Lasserre et Aline Lechaume 2003, ISBN 2-7605-1224-X, 346 pages

Sports et villes

Énjeux économiques et socioculturels Sous la direction de Sylvain Lefebvre 2003, ISBN 2-7605-1210-X, 254 pages

Grands projets urbains et requalification

Sous la direction de Gilles Sénécal, Jacques Malézieux et Claude Manzagol 2002, ISBN 2-7605-1184-7, 280 pages

Géographie et société

Vers une géographie citoyenne Sous la direction de Suzanne Laurin, Juan-Luis Klein et Carole Tardif 2001, ISBN 2-7605-1090-5, 334 pages

L'espace économique mondial

Les économies avancées et la mondialisation *Jean-Paul Rodrigue* 2000, ISBN 2-7605-1037-9, 534 pages

Les espaces dégradés

Contraintes et conquêtes Sous la direction de Gilles Sénécal et Diane Saint-Laurent 2000, ISBN 2-7605-1071-9, 292 pages

Le Québec en changement

Entre l'exclusion et l'espérance Sous la direction de Pierre Bruneau 2000, ISBN 2-7605-1058-1, 242 pages

L'éducation géographique – 2^e édition Formation du citoyen

Formation du citoyen et conscience territoriale Sous la direction de Juan-Luis Klein et Suzanne Laurin 1999, ISBN 2-7605-1052-2, 270 pages

epuis la parution de son livre-culte *The Rise of the Creative Class* (2002), Richard Florida a prononcé de nombreuses conférences sur les effets de la classe créative et du secteur culturel sur la compétitivité des villes aux États-Unis, au Canada et ailleurs dans le monde. Dans ses travaux, il aborde aussi la question de l'attraction et de la rétention des «talents» aux États-Unis, «talents» qui auraient joué un rôle clé dans le développement et la domination de l'économie américaine à l'échelle mondiale.

Cet ouvrage analyse, de façon critique, les thèses de Florida tout en proposant des élargissements et des approfondissements de certaines de ces idées. Il s'adresse aux décideurs publics, comme à tous ceux qui s'intéressent au développement local, régional et national, ainsi qu'au rôle des activités culturelles et artistiques dans le développement économique et dans l'aménagement des territoires urbains.

RÉMY TREMBLAY est professeur au Département de sciences humaines, littérature et communications à la Télé-université de l'Université du Québec à Montréal et titulaire de la Chaire de recherche du Canada sur les villes du savoir. Il est rédacteur associé de la Revue canadienne des sciences régionales et membre du comité scientifique de l'International Journal of Knowledge-Based Development.

DIANE-GABRIELLE TREMBLAY est professeure au Département économie et gestion à la Télé-université de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), et titulaire de la Chaire de recherche du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l'économie du savoir. Elle est directrice de l'Alliance de recherche université-communauté (ARUC) sur la gestion des âges et des temps sociaux, et chercheure au Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES) de l'UQAM.

ONT COLLABORÉ À CET OUVRAGE

Jean-Pierre Augustin = Marianne D'Ovido = Sébastien Darchen = Juan Luis Klein Marc V. Levine = Thomas Pilati = Myrtille Roy-Valex = Richard Shearmur Diane-Gabrielle Tremblay = Rémy Tremblay = Elsa Vivant

ISBN 978-2-7605-2509-5

