

LES TOURNANTS CULTURELS DES SOCIÉTÉS URBAINES

Charles AMBROSINO

Université Pierre Mendès France - UMR PACTE

Vincent GUILLON

Université Pierre Mendès France - UMR PACTE

Depuis les romantiques jusqu'aux marxistes (École de Francfort), l'idée d'une collusion entre les mondes économique, artistique et culturel a le plus souvent suscité hostilité et méfiance. Si pour les premiers, la reconnaissance du public ne peut qu'être posthume – tant le succès économique leur paraît antinomique de l'acte créateur –, les seconds entrevoient dans l'organisation industrielle de la production culturelle une forme singulière d'uniformisation de la réceptivité des individus, elle-même surdéterminée par des structures économiques destructrices des forces de travail artistique. Ces pesanteurs intellectuelles se font ressentir jusque tardivement dans le XXe siècle, confisquant le véritable débat autour de la production marchande de la culture et, plus généralement, sur les relations qui s'établissent entre art et capitalisme. Depuis une trentaine d'années cependant, cet édifice théorique a connu de sérieuses remises en question. Et c'est peut-être dans le champ de la recherche urbaine, où pendant longtemps aura prévalu une stricte distinction entre ville d'industrie et ville d'art (Scott et Leriche, 2005), que cette dissociation semble s'être sensiblement dissipée. De ce point de vue, si la place de la culture dans le développement des territoires est un objet central de la géographie et de l'urbanisme – la culture comme produit d'un territoire –, elle tend aussi à le devenir dans les domaines de l'économie territoriale et de la géographie économique.

Aujourd'hui, il semble admis que la culture s'étend bien au-delà du champ traditionnel des arts pour mieux épouser ceux de la créativité individuelle et collective. En tant que ressource immatérielle, elle est investie d'un potentiel de développement local aux retombées multiples, qu'elles soient sociales (intégration et cohésion, qualité de vie, etc.), économiques (création d'emplois, stimulation du tourisme, retombées fiscales, etc.) ou urbaines (valorisation du patrimoine bâti, investissements dans des équipements culturels, réanimation d'espaces publics, etc.). Apte à fonder l'avantage concurrentiel des territoires, elle est devenue le sésame des villes ayant essuyé les affres de la désindustrialisation ou, à l'inverse, fonde le socle vertueux du développement des régions du « retournement spatial » (Aydalot, 1986). Optimisme quelque peu béat partagé par bon nombre des élites scientifiques, politiques ou économiques, qu'il est néanmoins nécessaire de relativiser.

Précisément, ce chapitre vise à éclaircir cette question en soulignant les effets conjoints des quatre « tournants culturels » que nous avons identifiés comme autant d'indices des profondes transformations culturelles qui travaillent les sociétés urbaines. En premier lieu, les recompositions territoriales contemporaines s'appuient sur des politiques d'image qui empruntent à l'art et à la culture leur puissance symbolique. L'objectif est alors de galvaniser l'attractivité d'espaces autrefois marginalisés au regard des géographies et économies urbaines, et qui font

aujourd'hui l'objet d'un regain d'intérêt sans précédent. En deuxième lieu, il faut souligner que les processus de restructuration des systèmes productifs fordistes ont placé l'économie culturelle et les industries créatives au centre des débats sur l'avenir des territoires. En troisième lieu et dans la continuité des points précédents, la recherche contemporaine souligne les ressorts culturels de la créativité économique. En effet, bon nombre de ces phénomènes révèlent que les villes sont elles-mêmes sources de culture et de créativité susceptibles de refonder l'action collective urbaine et de nourrir leur développement. Enfin, l'irrésistible inflexion culturelle qui semble façonner les sociétés urbaines contemporaines invite les décideurs à poser leur regard sur l'attraction de certaines franges du corps social capables, par leurs pratiques culturelles et les valeurs qui les animent, d'initier le changement urbain.

Les enjeux économiques des activités culturelles

La contribution des arts et de la culture au développement économique des territoires urbains commence à susciter l'intérêt des décideurs locaux au début des années 1980. La vie culturelle devient un élément central des stratégies d'internationalisation des villes visant à attirer les capitaux, les entreprises et les individus dans le cadre émergent d'une compétition interurbaine généralisée. Les politiques culturelles urbaines se concentrent alors majoritairement sur le financement de programmes phares et de « grands projets » dans les centres-villes, qui jouent un rôle de vitrine pour l'économie locale. Elles s'appuient principalement sur la valorisation et la restauration du patrimoine bâti, l'aménagement d'espaces publics ou encore la réalisation de grandes institutions culturelles et de projets architecturaux prestigieux. À travers ces « investissements esthétiques », l'enjeu du développement local est moins de créer de la richesse que d'en capter le plus possible, de construire une image de marque à laquelle la culture contribue fortement. Le registre de l'économicisation de la culture est l'expression d'un glissement plus large, les villes ne cherchant plus tant à se présenter comme des lieux de production que de consommation. Il est mobilisé pour atténuer les effets négatifs de la transition vers un régime économique « postindustriel ». La culture est enchâssée dans le tourisme, les « *business services* » et les industries de loisir. Elle est abordée avec le langage de l'économie en termes d'investissement, d'effet de levier, de création d'emplois, de revenus directs et indirects, de rayonnement, de cibles sociales et spatiales (Gomez, 1998 ; Roy-Valex, 2007). La radicalisation des rapports de concurrence entre territoires accroît le sentiment général chez les décideurs publics que la croissance économique dépend fortement de la mise en place combinée de stratégies de compétitivité et d'attractivité.

De fait, les villes se définissent une personnalité originale, un style, une identité simple et compréhensible immédiatement (*city branding*). À grands renforts de musées (la Tate Modern à Londres), de signatures architecturales prestigieuses (Frank Gehry et le Guggenheim à Bilbao) et d'événements internationaux (festivals, foires d'art contemporain), la spectacularisation de la ville s'impose là où l'héritage existant ne suffit plus. L'impact économique de la culture sert ici de principe de légitimation aux investissements effectués dans ce domaine. Il constitue une croyance partagée entre promoteurs privés, politiques et acteurs culturels, caractéristique du premier tournant culturel des stratégies économiques des territoires urbains en Amérique du Nord et en Europe (Whitt, 1987). L'évaluation de l'incidence économique directe de ces investissements culturels se heurte, bien souvent, au problème de « l'administration de la preuve » (Evans, 2005). Il demeure qu'ils ont établi un lien nouveau entre politique culturelle, *marketing* urbain, tourisme et activités de services (García, 2004).

À partir des années 1990, la mobilisation de la culture s'étend à d'autres champs de l'action publique locale : non seulement elle est mobilisée pour améliorer l'image des territoires, mais elle

constitue également le moteur de nombreux projets de régénération urbaine (*culture-led regeneration*). Dès lors, une série de travaux, principalement publiés aux Etats-Unis (Strom, 2003) et en Grande-Bretagne (Bianchini et Parkinson, 1993 ; Evans, 2001), s'intéressent à ces nouveaux modèles de développement en interrogeant la relation entre les politiques culturelles, la transformation urbaine et la croissance économique dans les villes contemporaines. Ils ouvrent la voie à la généralisation d'un discours à la fois scientifique et politique portant sur les vertus territoriales de la culture dans la renaissance des villes européennes : intégration et cohésion sociale, qualité de vie, valorisation du patrimoine bâti, réanimation d'espaces publics, etc. Depuis, dans les milieux de la planification urbaine et des politiques culturelles, une mythologie s'est constituée autour de *success stories* de villes postindustrielles qui ont fondé leur renouveau sur la culture ; au rang desquelles Bilbao et Glasgow font figure de modèles internationalement célébrés (Hélie, 2009).

Le développement de l'économie culturelle et créative

Depuis la fin des années 1970, nombre d'experts s'attache à décrypter les métamorphoses de la société industrielle, généralement caractérisées par la tertiarisation de l'économie, une forte croissance des activités de conception et l'irrésistible ascension du sujet. D'aucuns qualifient ce nouvel ordre socioéconomique de « post-fordisme », système où la production de masse fait place à une production de niche plus attentive aux goûts du consommateur et calibrée sur des créneaux de clientèle ciblée (Lash et Urry, 1994). Les biens de consommation eux-mêmes changent de nature et intègrent progressivement, aux côtés de leur utilité fonctionnelle, une dimension symbolique et immatérielle, laquelle participe pleinement de la construction identitaire des individus et de l'esthétisation de la vie quotidienne. Deux facteurs contribuent à cet état de fait : l'accroissement du revenu disponible et du temps consacrés aux loisirs d'une part, et l'augmentation de la consommation de produits et services culturels, d'autre part. Cette évolution plus ou moins radicale de la structure productive des économies contemporaines dans les pays occidentaux vers un paradigme cognitif a d'ailleurs conduit certains auteurs tel que J. Rifkin à souligner que « *ce sont les concepts, les idées, les images, et non plus les choses, qui ont une vraie valeur* » (Rifkin, 2000 : 11). Dans ce nouveau contexte, la possibilité qui s'offre aux territoires pour s'adapter aux processus de la globalisation consiste à bifurquer, c'est-à-dire à être différent, spécifique, à miser sur les avantages différenciatifs pour échapper à la concurrence accrue sur les avantages comparatifs (Pecqueur, 2004). A cet égard, la place accordée aux arts et à la culture dans les économies urbaines témoigne d'un second tournant culturel relatif à la culturalisation croissante de l'économie : il concerne non plus l'économie de la culture – qui donne à voir les implications économiques des choix culturels –, mais l'économie culturelle, celle-ci désignant les activités orientées vers l'exploitation marchande de la création artistique, esthétique et sémiotique (Scott, 2004).

L'économie culturelle s'émancipera, au tournant des années 2000, de la seule notion d'industrie culturelle pour mieux embrasser celle d'industries créatives. Nées dans les pays anglo-saxons¹,

¹ Dès son élection en 1997, le gouvernement britannique New Labour change l'intitulé de l'ancien ministère en charge des affaires culturelles, le *Department of National Heritage*, lui préférant celui de *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS). L'année d'après, les industries culturelles sont rebaptisées « industries créatives », suite aux recommandations d'une *Task Force* réunie à cet effet. L'expression est officiellement consacrée avec la publication de « L'inventaire des Industries Créatives » (DCMS, 1998), depuis reprise par de nombreux pays (Royaume-Uni, Australie, Nouvelle Zélande notamment). Les industries créatives regroupent tous « *les secteurs industriels qui trouvent leur origine dans la créativité individuelle, la compétence et le talent et qui offre des potentialités de création de richesses et d'emplois à travers le soutien et l'exploitation de la propriété intellectuelle* » (DCMS, 1998, p.2). L'objectif est de prendre acte des bouleversements que connaît le monde de la production marchande de la culture. Il s'agit de souligner le rôle croissant des créateurs

elles recouvrent l'ensemble des domaines relevant à la fois du secteur commercial privé et du secteur public non-marchand ayant recours à la propriété intellectuelle et dont la croissance repose sur la créativité, la qualité et le talent individuel. Aussi publicité, architecture, arts et antiquités, design, mode et cinéma, multimédia et jeu vidéo, musique, spectacle vivant, édition, télévision et radio sont-elles désormais présentées comme autant d'activités pionnières susceptibles de fournir de nouveaux modèles d'organisation du travail et de production de valeurs pour l'ensemble de l'économie (Liefoghe, 2007).

L'économie culturelle et créative apparaît dès lors porteuse de dynamiques territoriales sélectives donnant lieu, notamment, à une forte concentration des industries culturelles et créatives dans les grands centres urbains. En effet, les villes concentrent, dans une très large mesure, les capacités de conception, de production et de diffusion des biens culturels. Fortes de la grande diversité des marchés qu'elles offrent et des publics que l'on y croise, ce sont des lieux d'accumulation qui jouissent des effets de taille et d'agglomération. La proximité géographique fluidifie et rend possible une organisation fondée sur un travail souvent précaire et flexible, où la confiance et l'interconnaissance sont des éléments déterminants pour le bon fonctionnement du système productif local (Scott, 2000). Elle permet un processus d'apprentissage et d'innovation endogène, issu du brassage permanent entre les entreprises et les travailleurs qui évoluent ensemble, échangent des idées et des savoir-faire, etc. Dans cette perspective, le territoire tend même à se substituer à l'entreprise comme support de l'organisation de la production, permettant l'articulation du travail de différents acteurs et leur mise en réseau (Pecqueur, 2006). Dans les pays anglo-saxons, c'est la notion de *cluster* culturel² qui est le plus souvent empruntée par les gouvernements locaux pour désigner ce type de concentration (Mommaas, 2004). Elle demeure néanmoins assez floue et s'applique à des échelles spatiales très variables. Certains analystes lui préfèrent la notion de *district* culturel et/ou créatif pour qualifier les entités socio-territoriales de production culturelle (Grefe, 2004). Le rapprochement d'entreprises ayant une activité de création vise à instaurer une atmosphère propice à l'échange d'idées et à la circulation des compétences. Les *districts* culturels et/ou créatifs peuvent quelquefois bénéficier d'un label, voire d'une appellation contrôlée, qui agira comme un droit de propriété intellectuelle, avec sa double dimension : encourager l'innovation et, surtout, créer des rentes au profit du producteur. Plus largement, certaines métropoles confèrent une réputation qui fait marque : le jeu vidéo à Montréal, la production musicale à Bristol ou Portland, les arts digitaux à Berlin, le design à Milan, etc. En véritables écosystèmes, elles permettent les multiples interactions et situations de rencontres nécessaires à la création. Enfin, dans le secteur non-marchand, plusieurs expériences dans le monde témoignent d'une volonté d'offrir les espaces nécessaires à la transaction entre des créateurs, des industriels et des chercheurs : le programme Digit@tion à Lille, l'Atelier Arts-Sciences à Grenoble, la Société des arts technologiques à Montréal, etc. Le domaine festivalier et événementiel – à l'instar du réseau de festivals d'arts électroniques Pixelache – multiplie aussi les tentatives de réalisation de la ville créative en créant, dans un temps et un lieu donnés, les

(en protégeant leurs droits), des services liés à l'information (depuis son émission jusqu'aux conditions matérielles de sa réception) et au savoir dans le nouvel ordre économique global. Cette nouvelle mouture emploie le terme « créative » pour mieux se focaliser sur l'individu, placé au cœur de la production culturelle, là où les industries culturelles s'appuyaient sur le « secteur » de la culture.

² La théorie des clusters s'est progressivement installée dans la rhétorique des acteurs publics par l'intermédiaire de M. Porter. Professeur à la Harvard Business School, ce théoricien de l'avantage comparatif transfère et adapte son argumentation sur la compétition entre les nations aux *inner-cities* en déclin (Porter, 1995). Il préconise d'y développer des « créneaux de spécialisation », des clusters, en raison du faible coût du foncier, de la présence d'une main d'œuvre ethnique à disposition, de leur position stratégique à proximité des quartiers d'affaire, des nœuds de transport et des lieux de fréquentation touristique. Selon Porter, le cluster consiste en « un groupement d'entreprises, de sous-traitants et d'institutions géographiquement proches qui collaborent dans un même secteur d'activité, une même filière, et dont l'objectif est de travailler en synergie afin de favoriser l'innovation et la compétitivité » (Porter, 1998 : 78).

conditions d'une synthèse entre les produits de l'art et les éléments techno-scientifiques présents sur un territoire métropolitain.

Les ressources culturelles de la créativité économique

Si les territoires urbains ont toujours été particulièrement adaptés à l'expression de la singularité et de la créativité (Hall, 1998), le fait que celles-ci deviennent un terreau de l'innovation technologique et du développement économique est un changement significatif par rapport aux fondements du capitalisme traditionnel (Vivant, 2006). Nous pouvons alors distinguer une dernière contribution des arts et de la culture au développement économique. Elle concerne l'incidence d'un milieu urbain culturellement riche et diversifié sur la constitution d'un environnement favorable à la créativité et à l'innovation des individus. De ce point de vue, les activités culturelles et artistiques composent la trame productive à partir de laquelle les entreprises de la nouvelle économie culturelle viennent s'implanter (Roy-Valex, 2006). Le facteur culturel, élément parmi d'autres de l'offre territoriale proposée dans les villes, semble peser fortement sur la capacité concurrentielle des industries créatives locales. A.J. Scott (2006) fait également l'hypothèse que dans les villes qui disposent d'un marché de l'emploi important pour les travailleurs créatifs de différents secteurs, il est possible d'observer un certain équilibre entre le système de production et l'environnement culturel urbain. Selon l'auteur, chacun d'eux augmente les potentialités et améliore le fonctionnement de l'autre et, ensemble, ils constituent le socle de la « ville créative ». Il s'agit alors de montrer en quoi le développement culturel d'un territoire renforce ses aptitudes à la création et à l'innovation économique, de s'interroger sur la faculté des villes à fonctionner comme des ressources de la production créative. Cette idée que l'art est un vecteur incontestable de créativité conduit même à un soutien inédit, voire inattendu, de certains économistes en faveur d'un renforcement de l'éducation artistique : l'invention de formes et de fiction dès le plus jeune âge doit stimuler l'audace et l'imagination requises pour la production de biens et de services attractifs (Wallon, 2010).

La manière dont la culture locale influence les rapports entre un lieu et un travail créatif est ici interrogée sous l'angle des ressources intellectuelles et artistiques dont disposent les villes pour enrichir l'acte de création et stimuler la créativité : les bibliothèques, les musées, les universités, les colloques, les savoir-faire locaux, de même que la densité des milieux créatifs et artistiques. Peuvent-elles être considérées comme des biens et services locaux de concurrence pour l'économie créative ? Les produits et services culturels formeraient un stock d'idées et de références contribuant à enrichir l'activité d'une diversité de secteurs économiques au fort potentiel de croissance (Howkins, 2001). L'évolution des bibliothèques publiques de Londres en *Idea Store* est, à ce titre, édifiant : se réinvente, à travers ce modèle, l'équipement culturel qui accompagne le développement de l'économie de la connaissance. S'intéressant au « dividende artistique » des régions urbaines, A. Markusen et D. King (2003) cherchent aussi à comprendre en quoi une vie artistique dynamique peut participer à la vitalité économique d'un territoire. Selon eux, la présence d'artistes aurait pour effet d'améliorer les produits et services dans d'autres domaines par le biais de retombées et transferts sectoriels : d'une part, en stimulant les capacités d'innovation de leurs fournisseurs et, d'autre part, en mettant à profit de divers secteurs de l'économie locale leurs compétences et idées créatives dans le cadre d'emplois rémunérés (design, nouveaux médias, etc.). Dans des travaux pour le compte du Département for Culture, Media and Sport, des chercheurs britanniques proposent d'étendre la chaîne de la créativité à l'ensemble de la production économique par effets de transferts successifs : la vie artistique alimenterait ainsi les industries créatives qui elles-mêmes soutiendraient l'innovation dans le reste de l'économie (The Work Foundation, 2007). Cette dernière perspective du rôle des arts et de la culture en tant qu'*input* dans les systèmes productifs demeure encore mal étayée scientifiquement par des études

de cas. Notons néanmoins les travaux de M. Roy-Valex (2010) qui s'intéressent aux liens entre la participation à la vie culturelle et l'activité de travail des « communautés créatives » dans le domaine du jeu vidéo à Montréal. Même si l'auteure tend à relativiser l'importance parfois accordée aux nouvelles synergies productives entre les pôles artistiques et commerciaux de la création, elle souligne l'impact positif de la présence sensible de l'art, du multiculturalisme dans la ville et plus largement de l'environnement culturel urbain.

L'inflexion culturelle des sociétés urbaines

Plusieurs sociologues parlent d'un « tournant culturel » des sociétés occidentales pour traduire l'idée que les individus orientent davantage leur vie par rapport à des valeurs artistiques et esthétiques (Jameson, 2007). Les pratiques sociales seraient de plus en plus guidées par une volonté d'expression de soi et tout deviendrait élément à expression. Les représentations de la société et l'énonciation de ses valeurs s'organiseraient désormais en fonction de la culture, ce qui aurait pour effet de reléguer au second plan ou de recomposer d'autres sphères de valeurs. Ainsi assisterait-on au passage d'une société du travail à une société dite culturelle, non sans lien avec l'émergence d'une culture de consommation hétérogène, diversifiée et fragmentée. Cette stylisation des modes de vie en fonction de goûts individuels aurait pour corolaire la montée en puissance de l'individualisme (Lash et Urry, 1994). Les gens seraient alors capables d'affirmer leurs propres goûts esthétiques et d'effectuer des choix culturels qui les satisfont. Certains auteurs défendent les retombées bénéfiques pour les démocraties libérales de ce détachement du sens du lieu et du passé, misant sur les effets libérateurs du déracinement liés à l'absence de contraintes (Gans, 1999). D'autres voient, au contraire, dans ces processus d'individualisation l'érosion des formes autonomes et distinctives de cultures au profit d'une culture de masse peu propice à la créativité (Lash, 2001). Dans cette société culturelle, la créativité et l'innovation seraient plutôt associées à la coprésence et à l'interaction de personnes différentes suggèrent J. Bloomfield et F. Bianchini (2004). De ce point de vue, la « ville créative » aurait pour préalable « la ville interculturelle », fondée sur une logique de l'échange entre la diversité des formes d'expression culturelle afin de favoriser l'émergence d'idées nouvelles. S'il est vrai que ce modèle de la « ville interculturelle » ne doit pas conduire à masquer les phénomènes de ségrégation socioculturelle et la difficile gestion de la diversité culturelle au sein des espaces urbains, il invite cependant à creuser une troisième voie dans les études culturelles, plus fine et nuancée que les thèses répandues du choc des civilisations et de l'homogénéisation culturelle (Hannerz, 2010).

S'appuyant sur l'idée que l'univers artistique et culturel joue un rôle croissant dans la conduite sociale des individus, R. Florida (2002) fait l'hypothèse de l'émergence d'une nouvelle classe sociale urbaine – la classe créative –, dont il lie directement la présence au développement économique des villes. Le principal enjeu serait de connaître les facteurs de localisation de ces travailleurs créatifs fortement scolarisés, mobiles et aux modes de vie « innovateurs », plus encore que ceux des entreprises qui les emploient. C'est notamment sous l'angle de la vitalité de l'offre culturelle et de l'existence d'une culture urbaine « authentique » que R. Florida envisage la recombinaison des éléments constitutifs de l'avantage urbain. On est ici dans une logique de distinction métropolitaine que la nature des pratiques et préférences culturelles d'un groupe social vient justifier. Dans l'optique d'une société locale plus créative, les politiques urbaines doivent, selon R. Florida, cibler les attentes, les goûts et les besoins de cette nouvelle classe urbaine. De plus en plus d'acteurs urbains cherchent ainsi à cultiver le caractère « branché » d'une ville – par exemple, les « *cool cities* »³ – avec une vie nocturne dynamique, des manifestations culturelles, des

³ <http://coolcities.us/>

scènes underground et une législation progressiste vis-à-vis des minorités politiques. Ce virage culturel dans les stratégies de développement est peut-être encore davantage susceptible de séduire les métropoles moyennes, dont le poids économique relatif ne leur permet pas de rivaliser autrement dans la compétition internationale avec les « villes globales », places fortes de la finance mondiale (Roy-Valex, 2007).

Les hypothèses de R. Florida et de ceux qui s'en inspirent sont l'objet d'une contestation scientifique qui s'amplifie à mesure qu'elles gagnent en popularité dans les milieux de l'action publique urbaine. Elle porte tout à la fois sur la nature mercantile du projet, la lecture postfordiste des transformations économiques, les visions simplistes et centralisatrices de la planification urbaines qu'elles impliquent, l'usage rudimentaire de la notion de classe sociale ou encore la construction aléatoire des indicateurs utilisés. Si R. Florida polarise la majorité des critiques, il n'est pourtant pas le seul auteur à avoir tenté de définir une nouvelle classe moyenne urbaine à partir du rapport qu'entretiennent les individus à la culture et des constructions identitaires liées aux consommations culturelles. D. Brooks (2000) propose, par exemple, les catégories de « techno-yuppies » ou encore de « bourgeois-bohèmes ». Dans la même optique, R. Llyod (2002) évoque l'émergence d'une nouvelle bohème urbaine. Faisant référence aux travaux classiques de M. Weber sur l'esprit du capitalisme, R. Llyod soutient que l'éthique bohémienne est plus adaptée que l'éthique protestante aux nouvelles réalités de l'économie postindustrielle. Le « bohémien » est décrit comme un individu marqué par un intérêt prononcé pour l'art, des aspirations intellectuelles importantes, et qui vit en outrepassant les règles de comportement traditionnelles. M. Featherstone (1991), pour sa part, distingue de nouveaux « intermédiaires culturels ». Concentrés dans les grandes métropoles qui offrent une vie culturelle riche et cosmopolite, ils occupent une position de médiateur ou de passeur avec les mondes de l'art.

Au-delà des controverses qu'elles suscitent, ces nouvelles catégorisations des sociétés urbaines posent des questions importantes sur le devenir des villes : qui, en leur sein, est en capacité de conduire le changement urbain ? Qui joue le rôle de l'avant-garde des modes de vie (Bourdin, 2005) ? Le problème induit par ces populations est qu'elles semblent à la fois limitées en nombre et extrêmement influentes en termes de modèles de comportement. Si elles fournissent, effectivement, aux autres groupes sociaux des modèles d'usage de la ville, alors leurs implications sociologiques sont loin d'être négligeables. Ces perspectives d'utilisation de la culture incitent les décideurs locaux à concevoir une action publique toujours plus décloisonnée, transversale et territorialisée qui pose, en retour, le problème des dispositifs de gouvernance territoriale adaptés.

Conclusion

Le métissage des sphères économique et culturelle est fondateur d'un rapport nouveau au territoire. Qu'il s'agisse de la consommer, de la produire ou de la mobiliser dans le cadre d'une action collective, la culture vient perturber les perceptions traditionnelles du développement local. L'évolution des politiques urbaines montre bien comment les rapports entre activités et territoire basculent à l'avantage des villes capables de soustraire aux flux démographiques internationaux non plus les seuls consommateurs itinérants ou encore les capitaux, mais plutôt leurs futurs habitants. Ceux-ci sont animés par la quête de nouveaux modes de consommation et d'ambiances urbaines que certaines activités culturelles mettent en valeur. Par ailleurs, le double mouvement de marchandisation de la culture et d'esthétisation de la marchandisation profite très largement aux territoires tant les relations de synergie et de proximité régissent la production culturelle au

sein de districts spécialisés. Aussi l'élaboration de « produits culturels » créés en un lieu, mais consommés en un autre, participe-t-elle pleinement de leur dynamisme économique. Bref, à la logique du stock (de bâti, d'infrastructure, d'aménités), se substitue celle de « l'intelligence collective ». Ce faisant, l'offre territoriale change de visage : elle abandonne sa matérialité pour le capital humain. Désormais, ce sont les connaissances et la contiguïté des savoir-faire qui fondent l'avantage compétitif des territoires. Autrement dit, le développement économique s'appuie sur une culture de l'action collective qui donne le primat à l'innovation sociale et à la créativité. Cette réalité appelle certainement la formulation d'une nouvelle critique urbaine prenant la mesure des logiques politiques et sociales de domination, d'exclusion et de précarisation qu'elle produit (Keil et Boudreau, 2010 ; Vivant, 2011).

Bibliographie

- Aydalot P. (1986), *Milieus innovateurs en Europe*, Paris, GREMI.
- BIANCHINI F. et PARKINSON M. (1993), *Cultural Policy and Urban Regeneration*, Manchester, Manchester University Press.
- BLOOMFIELD J. et BIANCHINI F. (2004), *Planning for the Intercultural City*, London, Comedia.
- BOURDIN A. (2005), « La "classe créative" existe-t-elle? », *Urbanisme* (344), 54.
- BROOKS D. (2000), *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*, New York, Touchstone.
- EVANS G. (2001), *Cultural Planning: An Urban Renaissance?*, London, Routledge.
- EVANS G. (2005), « Measure for measure : evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration », *Urban Studies*, 42 (5-6), 959-983.
- FEATHERSTONE M. (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*, London, Sage.
- FLORIDA R. (2002), *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everidday Life*, New York, Basic Books.
- GANS H. (1999), *Popular Culture and High Culture : an Analysis and Evaluation of Taste*, New York.
- GARCÍA B. (2004), « Cultural Policy and Urban Regeneration in Western european Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future », *Local Economy*, 19 (4), 312-326.
- GOMEZ M.V. (1998), « Reflective Images: The Case of Urban Regeneration in Glasgow and Bilbao », *International Journal of Urban and Regional Research*, 22 (1), 106-121.
- GREFFE X. (2004), « Le rôle de la culture dans le développement local », dans Saez G. (ed.), *Institutions et vie culturelles*, Paris, La Documentation française, 60-64.
- HALL P. (1998), *Cities in Civilization*, New York, Pantheon Books.
- HANNERZ U. (2010), *La complexité culturelle. Études de l'organisation sociale de la signification*, Bernin, À la croisée.
- HÉLIE T. (2009), « Des politiques culturelles "de façade" ? Les effets sociaux ambivalents des opérations de régénération urbaine par la culture », *Congrès de l'AFSP*, <http://www.congresafsp2009.fr/sectionthematiques/st26/st26helie.pdf>
- HOWKINS J. (2001), *The Creative Economy: How People make Money from Ideas*, London, Allen Lane.
- JAMESON F. (2007), *Le Postmodernisme ou la logique culturelle du capitalisme tardif*, Paris, École nationale supérieure des beaux-arts de Paris.
- KEIL R. et BOUDREAU J.A. (2010), « Le concept de la ville créative : la création réelle ou imaginaire d'une forme d'action politique dominante », *Pôle sud*, 32, 165-178.
- LASH C. (2001), *Culture de masse ou culture populaire ?*, Castelnau-Le-Lez, Climats.
- LASH S. et URRY J. (1994), *Economies of signs and space*, London, Sage.

- LLOYD R. (2002), « Neo-bohemia: Arts and Neighbourhood Redevelopment in Chicago », *Journal of Urban Affairs*, 24 (5), 517-532.
- MARKUSEN A. et KING D. (2003), *The Artistic Dividend : The Hidden Contributions of the Arts to the Regional Economy*, Minneapolis, Université du Minnesota.
- MOMMAAS H. (2004), « Cultural Clusters and the Post-Industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy », *Urban Studies*, 41 (3), 507-532.
- PECQUEUR B. (2004), « Vers une géographie économique et culturelle autour de la notion de territoire », *Géographie et cultures* (49), 71-86.
- PECQUEUR B. (2006), « Quel "tournant territorial" de l'économie mondiale globalisée ? », dans Klein J.-L. et Tardif C. (eds.), *Entre réseaux et systèmes. Les nouveaux espaces régionaux*, Rimouski, Éditions du GRIDEQ, 11-26.
- PORTER M. (1995), « The Competitive Advantage of the Inner City », *Harvard Business Review*, 3, 55-71.
- PORTER M. (1998), *On Competition*, Boston, Harvard Business School Press.
- RIFKIN J. (2000), *L'âge de l'accès: survivre à l'hypercapitalisme*, Montréal/Paris, Boréal/La Découverte.
- ROY-VALEX M. (2006), « La «classe créative» et la compétitivité urbaine. Culture et économie ou l'envers et l'endroit d'une thèse », dans Tremblay D.G. et Tremblay R. (eds.), *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 325-352.
- ROY-VALEX M. (2007), « Culture, ville et nouvelle économie créative », dans Berthold E. (ed.), *Mondialisation et cultures. Regards croisés de la relève sur le Québec*, Québec, Presses de l'Université Laval, 103-123.
- ROY-VALEX M. (2010), *Ville attractive, ville créative : la plus-value de la culture au regard des "créatifs" du jeu vidéo à Montréal*, Thèse de doctorat en Études urbaines, Montréal, Institut national de la recherche scientifique - Urbanisation Culture Société.
- SCOTT A.J. (2000), *The Cultural Economy of Cities*, London, Sage.
- SCOTT A.J. (2004), « Cultural-Products Industries and Urban Economic Development. Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context », *Urban Affairs Review*, 39 (4), 46-490.
- SCOTT A.J. (2006), « Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions », *Journal of Urban Affairs*, 28 (1), 1-17.
- SCOTT A.J. et LERICHE F. (2005), « Les ressorts géographiques de l'économie culturelle: du local au mondial », *L'Éspace Géographique* (3), 207-222.
- STROM E. (2003), « Cultural policy as development policy : evidence from the United States », *International Journal of Cultural Policy*, 9 (3), 247-263.
- THE WORK FOUNDATION (2007), *Staying Ahead : The Economic Performance of the UK's Creative Industries*, London, DCMS.
- VIVANT E. (2006), « La classe créative existe-t-elle? », *Les Annales de la recherche urbaine* (101), 155-161.
- VIVANT E. (2011), « Travail créatif, emplois précaires », *Métropolitiques*, <http://www.metropolitiques.eu/Travail-creatif-emplois-precaires.html>, page consultée le 25/10/2012.
- WALLON E. (2010), « L'éducation artistique », dans Poirrier P. (ed.), *Politiques et pratiques de la culture*, Paris, La Documentation française, 265-275.
- WHITT J.A. (1987), « Mozart in the Metropolis. The Arts Coalition and the Urban Growth Machine », *Urban Affairs Quarterly*, 23 (1), 15-36.