

Atelier français numéro 9

La ville créative : marketing urbain ou modèle économique ?

Photos : © Ivan Mathie

Compte-rendu par Fabienne Pavia



Le dernier Atelier français de la saison s'est tenu à la Gaîté Lyrique, avec pour thème de réflexion « la ville créative ». Cet événement était organisé dans le cadre de la programmation « off » du festival des arts et de la création numériques Futur en Seine.

Quand on aborde la notion de ville créative, plusieurs exemples viennent spontanément à l'esprit : Berlin, ville des artistes et de la culture alternative ; Londres, ses ateliers de design, ses agences de publicité et ses collectionneurs qui font et défont la carrière d'artistes aussi sulfureux que Tracey Emin ou Damien Hirst ; San Francisco, ville de l'innovation technologique, connue aussi pour ses expérimentations sociales et sa liberté de mœurs... La liste est longue des cités où la créativité est devenue un facteur d'attractivité capable d'impulser un dynamisme économique.

En introduction, Camille Pène (L'Atelier français) a rappelé que ces représentations traduisaient conjointement un projet de politique urbaine, une stratégie de marketing territorial et une aspiration légitime des citoyens. Or, celle-ci s'appuie souvent sur un imaginaire fantasmé avant d'être une réalité urbaine. Du côté des collectivités territoriales, on retrouve les mêmes incertitudes quant à la notion de créativité qui embrasse à la fois création artistique et innovation technologique. Les actions qu'elles mettent en place dans la perspective d'une ville créative sont nombreuses et s'exercent selon des modalités différentes :

- soutien de lieux dédiés aux artistes et aux entreprises culturelles (Friche La Belle de mai à Marseille, administrée par une Société coopérative d'intérêt collectif)

- valorisation de la recherche et de la création scientifique (Campus Paris-Saclay)
- soutien aux industries créatives (Île de Nantes)
- constitution de clusters technologiques (Cap Digital)
- interventions urbaines de réhabilitation du paysage urbain et soutien aux industries créatives (Île de Nantes)...



De gauche à droite : Faïna Ramdani (L'Atelier français), Sandrine Gibet, Elsa Vivant et Stéphane Distinguin.

L'objectif de ce nouvel Atelier français consistait, comme à chaque fois, à confronter le regard, les travaux de recherche, les expériences et les aspirations de quatre intervenants. Avec en ligne de mire l'idée que construire la ville créative, c'est réserver dans l'espace urbain des lieux pour l'expérimentation, la rencontre humaine et l'innovation sociale.

Une cartographie des lieux créatifs du Grand Paris

Avant l'intervention des quatre participants, Marion Sabourdy, rédactrice en chef de Knowtex, a présenté une cartographie participative des lieux créatifs du Grand Paris.

Knowtex est une communauté généralement assimilée aux sciences dites « dures » (sciences et techniques). Mais elle s'intéresse aussi à la technologie, au design, à l'art, au numérique, à la médiation... À l'image de l'Atelier français, son objectif est de faciliter la rencontre entre des acteurs et des opérateurs professionnels, d'où la création commune de cette cartographie et la rédaction d'une enquête disponible sur les sites des deux structures.

Le but de cette carte, qui se veut participative, est de recenser des lieux créatifs articulés autour de trois thèmes : scientifique, technologique et artistique (un lieu peut cumuler deux ou trois grands thèmes). Il s'agit de montrer la variété des sphères créatives ainsi que la

proximité thématique et culturelle de ces lieux qui s'ignorent parfois alors que leurs objectifs sont très proches. L'idée est évidemment de créer et de faciliter des collaborations.

Dix-huit lieux ont été visités et figurent sur la carte. Repérés par un code couleur (bleu pour la science, rose pour la technologie et vert pour l'art), ils sont décrits avec leurs coordonnées, leurs liens vers les réseaux sociaux et vers l'article rédigé par Knowtex/L'Atelier français.

Marion Sabourdy a appelé les participants à l'atelier à ajouter des lieux, s'engageant à venir rencontrer leurs animateurs sur place et à rédiger un article.

GRAND PARIS : métropole créative
CREATION SCIENTIFIQUE, TECHNOLOGIQUE ET ARTISTIQUE

Rechercher un lieu 24 lieux

L'ATELIER FRANÇAIS knowtex LABS

Tweet 79 J'aime 26

AJOUTEZ UN LIEU

tmp/lab /tmp/lab

Atlas Centre de Culture Scientifique

bétonsalon

Campus Paris Saclay

Centre de Recherches Interdisciplinaires (CRI)

Centre Pompidou

Elsa Vivant

Maître de conférence à l'Institut français d'urbanisme et auteur de *Qu'est ce que la ville créative ?* (Puf, 2009)



Elsa Vivant s'est exprimée avec le point de vue d'une urbaniste pour expliquer en quoi la ville créative posait des enjeux nouveaux pour la production de la ville. Cette notion traduit un certain nombre d'évolutions, à la fois sociales et culturelles, mais aussi des modes d'action publique.

L'urbaniste a d'abord exprimé quelques réserves quant à la dénomination « ville créative » qui, selon elle, n'est pas « un fait mais un concept abstrait mettant en perspective plusieurs tendances et plusieurs phénomènes qui aboutissent à une nouvelle définition de la culture et de la créativité. » Les industries créatives posent aujourd'hui des enjeux opérationnels aux acteurs de la production de la ville. On connaît désormais le rôle influent que peuvent jouer les artistes dans la découverte et l'animation de lieux ainsi que dans la revalorisation de certains quartiers. L'importance économique du secteur culturel n'est plus à prouver.

Qu'est-ce qu'une ville créative pour les urbanistes ?

Depuis une trentaine d'années, des transformations sociales et économiques bouleversent les modes d'action urbaine : globalisation des échanges, crise industrielle, révolution numérique, développement des télécommunications et des moyens de transport. Contrairement à ce qu'on imaginait, ceux-ci n'induisent pas une dispersion mais une concentration des activités, en particulier des activités décisionnelles et celles liées aux secteurs innovants, dans les grandes agglomérations. Ce changement coïncide avec l'avènement d'une idéologie néolibérale dans les champs d'action publique.

Ces éléments permettent de comprendre comment et pourquoi les villes sont passées d'une logique managériale – on gère les services qu'on rend aux citoyens – à une logique de ville entrepreneuriale. Cette dernière se traduit par des stratégies de développement qui favorisent des projets destinés à attirer des entreprises et de nouveaux habitants.

« Certaines villes deviennent les entrepreneuses de leur développement et vont anticiper les demandes du marché, en particulier celles des entreprises, quitte à prendre des risques en lançant des stratégies incertaines dont elles assument les coûts financiers », explique Elsa Vivant. Les éléments connus de ces stratégies sont classiques (création d'infrastructures de transport, défiscalisation, développement des télécommunications...) mais investissent aussi

un champ d'actions urbaines qui vise à l'amélioration du cadre de vie par la requalification des espaces publics et la création de nouvelles aménités urbaines (lieux culturels qui génèreront une nouvelle attractivité touristique...).

La notion de ville créative rend compte d'une évolution de ces stratégies d'attractivité. Plutôt que d'attirer des entreprises, il s'agirait d'attirer des individus créatifs. Ce tournant a pour origine les travaux de plusieurs auteurs, très controversés dans les champs académiques mais qui ont du succès dans les champs opérationnels. Selon eux, ce sont les qualités créatives d'une ville qui attireraient la classe créative. Or pour les industries « créatives », la ressource essentielle est humaine : leurs productions trouvent leur source dans la créativité des talents qui y participent.

Le développement des industries créatives

Une autre dimension des politiques de développement mises en œuvre pour accéder au rang de « ville créative » consiste à réorienter sa stratégie de développement économique autour d'une stratégie de développement des industries créatives.

Pour Elsa Vivant, la notion d'industrie créative est une construction politique. L'idée a émergé à la fin des années 1990 au sein du DCMS (Département pour la culture, les médias et le sport) du gouvernement de Tony Blair. Autour de l'appellation « industries créatives » s'agrègent plusieurs secteurs d'activités plus ou moins liés aux industries culturelles classiques, qui vont mettre en évidence le poids de ce secteur dans l'activité économique britannique. La Grande-Bretagne sera pionnière pour répondre aux demandes des industriels de ces secteurs émergents, en particulier celles qui concernent les réglementations en matière de droits d'auteur et de propriété intellectuelle.

Les villes vont alors développer une nouvelle branche de leur stratégie économique à destination des industries créatives en s'inspirant des travaux d'économie régionale menés sur les secteurs créatifs et les milieux innovants, par exemple ceux de la Silicon Valley. Ces derniers mettent en évidence que dans les secteurs d'activités où la relation de face à face est fondamentale dans la production d'idées nouvelles, le territoire est le support de l'organisation de cette production. « C'est sur ce territoire, poursuit Elsa Vivant, que vont s'organiser les échanges entre une multitude d'acteurs, d'entreprises, qui sont autant de prestataires, de donneurs d'ordre, de sous-traitants. Ce territoire va accueillir une main d'œuvre qualifiée au sein de laquelle les industries viendront chercher les compétences dont elles ont besoin. C'est aussi cet espace qui va permettre la diffusion de l'information. »

Un secteur fragile

Dressant ce constat, Elsa Vivant soulève un certain nombre de points critiques qui pénètrent aujourd'hui le champ de réflexion des urbanistes. Ces stratégies d'attractivité sont porteuses de contradictions au regard du fonctionnement même des industries créatives : l'effet de valorisation foncière induit par ces politiques peut aller à l'encontre des intérêts des acteurs et des travailleurs créatifs.

L'activité du secteur créatif s'organise généralement par projets, ce qui a pour corolaire une fragilisation des statuts professionnels et une généralisation des formes d'emplois atypiques (auto-emploi, auto-entreprise, *freelance*, rémunération par droits d'auteur, exercice en

libéral...). Ces statuts individualisent le rapport au travail et conduisent à un isolement des travailleurs, qu'ils soient entrepreneurs individuels ou intermittents.

Elsa Vivant souligne également le fait que les secteurs créatifs sont fortement discriminants. Les modes d'accès au travail par le biais de la commande requièrent la mobilisation de réseaux et une flexibilité dans les horaires de travail. Ils génèrent des incertitudes sur les revenus qui ne sont pas tenables pour des individus ayant de fortes contraintes personnelles, en particulier pour les parents isolés qui sont généralement des femmes.

De nouveaux enjeux pour les urbanistes

Les particularismes des industries créatives posent ainsi plusieurs enjeux aux urbanistes.

Première question : quelle offre immobilière proposer à ces activités individuelles, qui s'organisent par projets, avec des équipes de taille variable, et qui s'adressent à des travailleurs mobiles ayant tout de même besoin d'un espace de travail fixe ? Les acteurs eux-mêmes proposent des solutions innovantes, parmi lesquelles le *coworking space* (partage d'espaces de travail). « Mais pour les opérateurs d'immobilier de bureau et d'activités, cette logique est loin d'être intégrée, commente la jeune urbaniste. »

Deuxième question : quels espaces de socialisation leur offrir dans un contexte où les villes sont conçues et produites en fonction d'intérêts économiques qui visent à sécuriser les investissements immobiliers ? L'enjeu pour les urbanistes consiste à rendre possible l'existence de ces tiers espaces qui seront autant de lieux ressources pour les travailleurs créatifs, « des espaces où ils vont pouvoir présenter leur travail, leur production, mais aussi socialiser en vue de développer de nouveaux réseaux professionnels. »

Troisième question : comment traiter les espaces commerciaux ? La valorisation des espaces commerciaux, en particulier dans les centres urbains, a un impact fort sur la disparition des petits commerces et sur l'évolution des paysages urbains. Partout dans le monde se concentrent désormais les mêmes enseignes. Or, l'existence de magasins indépendants peut constituer un débouché commercial pour les acteurs de la production créative, en particulier pour les acteurs indépendants.

Elsa Vivant cite le travail d'une chercheuse anglaise (Angela McRobbie) selon qui la disparition des stylistes indépendants s'explique en partie par le fait ces derniers disposeraient de moins en moins d'espaces de commercialisation pour montrer leur production. Ces travailleurs créatifs sont désormais obligés d'intégrer les grands groupes. « Pour un urbaniste, la question du commerce indépendant face aux logiques des grands opérateurs commerciaux devient un enjeu qui n'est pas poujadiste mais devient essentiel pour le développement des industries créatives qui doivent trouver des débouchés de commercialisation pour leurs produits. »

Dernier point, le plus important selon Elsa Vivant : la flexibilité, la précarité et la mobilité auxquels les travailleurs créatifs sont confrontés sont synonymes d'une incertitude forte quant à leurs revenus. Ces professionnels se retrouvent dans l'impossibilité de prouver la fiabilité et la permanence de leurs ressources, conditions aujourd'hui indispensables pour accéder au logement et au crédit. Cette situation d'emploi précaire concerne une partie de plus en plus importante de la population active et rend difficile l'accès au logement pour beaucoup de Français. Elsa Vivant a conclu son intervention par une question engagée : comment et à quelles conditions la ville durable et créative offrira-t-elle aux travailleurs précaires une vie choisie et épanouissante ? Et comment redonner aujourd'hui à la ville son potentiel émancipateur ?

Vers un projet politique qui exclut les artistes ?

Interrogée par Camille Pène sur des exemples concrets d'initiatives qui pourraient permettre que la ville créative ne soit pas qu'une « utopie dévastatrice », Elsa Vivant ne s'est guère montrée optimiste. L'exemple de Berlin, souvent cité en référence, ne semble plus aussi probant et l'accès au logement y devient de plus en plus difficile. L'alternative viendra peut-être de mouvements sociaux urbains, observés par exemple à Berlin ou à Hambourg où les activistes urbains s'allient aux acteurs des industries créatives pour faire face à des stratégies de transformation de l'espace urbain instrumentalisant les créatifs pour valoriser et renchérir le foncier, excluant in fine les occupants d'origine.

L'urbaniste a conclu sur l'idée que la ville créative était un projet politique. « C'est à l'ensemble des citoyens et des acteurs concernés de définir les objectifs de cette politique au sein d'un processus démocratique. Pour l'instant, je ne vois que des objectifs clairement orientés vers des intérêts économiques, qui ne sont pas partagés par tous... »

Sandrine Gibet

Coordinatrice du cluster Quartier de la création à Nantes



Contrastant avec les réserves d'Elsa Vivant, Sandrine Gibet s'est clairement exprimée sur la mise en place d'une politique urbaine qui croit en la ville créative et en ses bienfaits.

Depuis une vingtaine d'années, Nantes s'est tournée vers une politique culturelle pour revitaliser la ville après avoir subi une grave crise industrielle. La capitale des Pays de la Loire est aujourd'hui reconnue pour un certain nombre de manifestations et de lieux emblématiques : Le Lieu unique, La Folle journée, Royal de luxe, Estuaire, Scopitone, le Château des Ducs, les Machines de l'île... Ces propositions culturelles très diverses, qui font aujourd'hui la renommée de la ville, s'incarnent avec succès sur le territoire mais également à l'étranger : il existe des Folles Journées au Brésil et à Tokyo.

Les notions de qualité de la vie et de développement durable sont désormais liées à la ville qui vient d'être élue « Capitale verte de l'Europe » par la Commission européenne pour 2013.

Le Quartier de la création, un contexte favorable

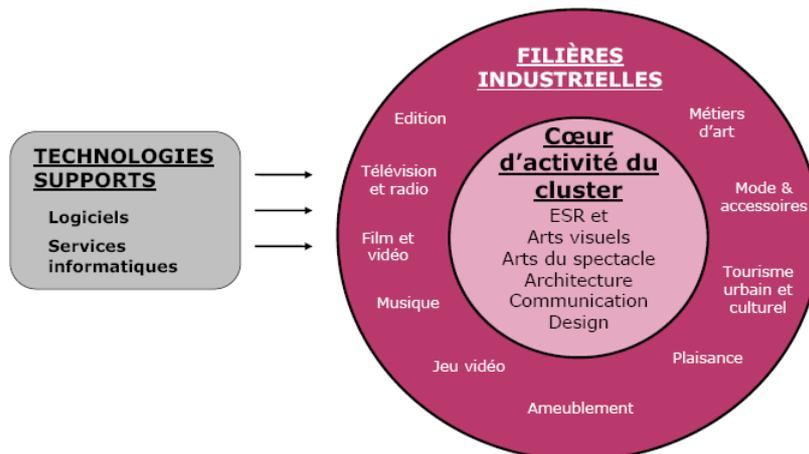
Le Quartier de la création est un projet de développement économique qui concerne la culture (arts visuels, spectacle vivant...) et l'événementiel (design, mode...), secteurs très dynamiques à Nantes. Si les Pays de la Loire ne constituent pas le premier territoire français en termes d'industries créatives, ils s'illustrent néanmoins par une forte créativité émanant de nombreux petits acteurs qui développent des projets innovants. Ce tissu a favorisé l'émergence des projets européens Ecce, puis Ecce Innovation, pilotés par Nantes métropole. Ces projets s'illustrent par un échange de bonnes pratiques entre des villes qui accompagnent le développement économique des industries créatives afin de mutualiser le bénéfice des expériences de chacun et de favoriser le développement de projets sur les différents territoires.

L'île de Nantes

L'île de Nantes, dont la particularité est de se trouver au cœur de la métropole, abritait autrefois un gros pôle industriel qui a périclité. Depuis une dizaine d'années, une opération de réhabilitation est en cours à travers notamment le Quartier de la création où s'implantent des établissements d'enseignement supérieur et de recherche, des entreprises et des travailleurs créatifs.

La représentation des industries créatives s'appuie sur la définition anglo-saxonne et correspond à la réalité du territoire. Le cœur d'activité du cluster est en lien avec les établissements présents sur Nantes (arts visuels, arts du spectacle, architecture, communication, design...) auxquels s'agrègent des industries périphériques (édition, presse, musique, tourisme urbain et culturel, nouvelles technologies...).

Le champ des industries créatives



Le projet souhaite faire émerger un pôle d'excellence sur les industries créatives orienté sur les modes de vie, l'éco-conception et les nouveaux usages. Sur le modèle des pôles de compétitivité, le cluster intervient à la fois dans le soutien à la création d'entreprises créatives et innovantes et dans le développement de l'enseignement supérieur et de la

recherche. Il comporte également un volet médiation culturelle, scientifique et technique pour permettre au grand public de bénéficier du résultat de ces recherches.

Un projet urbain ambitieux



Le projet urbain du Quartier de la création regroupe trois types de structures :

- **des établissements d'enseignement supérieur** : l'école d'architecture, Sciences Com' (école de communication), un pôle des arts graphiques regroupant une école des métiers du livre et une école d'arts appliqués, l'université de Nantes par le biais d'un pôle de recherche et de formation dédié aux industries culturelles et créatives et de l'université permanente. À terme, on trouvera également l'école de design, une école de cinéma et d'animation et l'école des beaux-arts en 2014.

Enseignement supérieur



ENSA (2009)
Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes



Pôle des arts graphiques (2010)
Lycée de la Joliverie (arts appliqués) / Ecole des Métiers de l'Imprimerie



ESBANM (2014)
Ecole Supérieure des Beaux Arts de Nantes Métropole

Nantes Métropole / Samoa – juin 2011 - Page 7

- **des entreprises** : l'Île rouge regroupe des architectes, le Conseil régional de l'ordre des architectes et la Maison régionale de l'architecture, Manny (groupe de design local), Le Rhuys (presse écrite et radio), des agences de communication, des artistes et des plasticiens regroupés notamment dans les halles Alstom, une fiche industrielle qui héberge une cinquantaine d'entreprises créatives et permet à des petites structures de ne pas être exclues.

Économie



Le Rhuys (2005)
Groupe Ouest France, Radio France



Manny (2009)
Groupe Coupechoux



Eureka (2011)
Centre d'affaires



Ehundura (2011)
Avocats



L'île rouge (2011)
Architectes
Nantes Métropole / Samoa – juin 2011 - Page 8

- **des équipements culturels** : les Nefs (situées dans les anciens chantiers navals, réhabilitées en un espace public couvert et ouvert pour accueillir des projets à vocation touristique et culturelle), les Machines de l'île, La Fabrique (lieu de diffusion des musiques actuelles et

d'expérimentation autour des pratiques artistiques émergentes)... Le Blockhaus DY10 accueille depuis 1996 des artistes plasticiens et des créatifs ; squat à l'origine, « cette créativité est importante et nourrit le territoire », explique Sandrine Gibet.

La coordinatrice du cluster insiste également sur la volonté de soutenir des projets architecturaux de qualité, qui sont souvent le fait d'architectes et de créatifs locaux. Elle souligne l'association de grands groupes avec des artistes et des plasticiens présents dans le quartier.

Créativité



Les halles Alstom (2005)
Entreprises créatives et artistes



La Fabrique (2011)
Musiques actuelles et pratiques artistiques émergentes

Le Blockhaus DY10 (1996)
Entreprises créatives et artistes



Nantes Métropole / Samoa – juin 2011 - Page 9

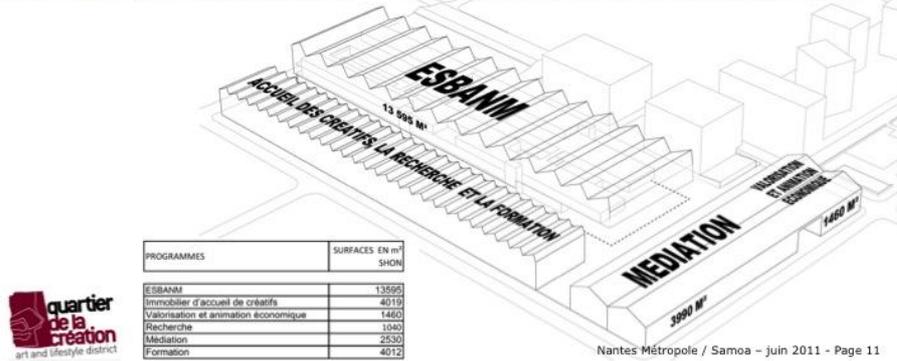
Le projet des halles Alstom

Les halles Alstom accueillent depuis 2005 une cinquantaine d'entreprises créatives, tous secteurs confondus, mais aussi des événements tels que le festival Scopitone, des défilés de mode, des expositions d'art contemporain. L'espace permet d'accueillir des œuvres de grande dimension.

Les halles vont être transformées pour accueillir l'école supérieure des beaux-arts de Nantes métropole ainsi qu'un espace pour les créatifs. Aujourd'hui, quelques 1 200 m² sont réservés aux entreprises créatives ; à terme, ce sont 4 000 à 5 000 m² qui seront aménagés pour permettre à des petites entreprises d'être implantées à proximité du centre ville à des coûts corrects.

Les halles hébergeront également un pôle recherche et formation.

La reconfiguration des halles Alstom



Le réseau européen Ecce

Le réseau Ecce met en lien plusieurs villes européennes : Dublin, Huddersfield, Birmingham, Cardiff, Eindhoven, Aachen, Stuttgart et Nantes.

Le premier volet (2005-2008), baptisé Ecce, a consisté à mettre en place un centre ressources dédié aux entreprises culturelles et créatives dans chacune des villes partenaires.

Le second volet (2008-2011), Ecce Innovation, est destiné à soutenir le développement de l'innovation et de nouveaux marchés dans le champ des industries créatives. Relations artistes/entreprises, accès aux financements, accès à la commande publique, R&D dans les industries créatives sont les grands thèmes de réflexion.

Le cluster souhaite à l'évidence se positionner dans une dimension européenne où l'inscription dans les réseaux facilite les échanges entre les artistes des différentes villes ainsi que la mobilité par le biais de résidences pour les entreprises créatives.

Pour développer un réseau d'entreprises créatives, le Quartier de la création a établi une cartographie des compétences. Artistes et créatifs se voient ainsi offrir la possibilité de développer des projets en commun en mutualisant leurs compétences alors que leur isolement les empêche souvent de répondre à certains appels d'offres. La mise en réseaux avec des entreprises « plus classiques » facilite le développement de leur activité. Des projets collaboratifs impliquant chercheurs, artistes et entreprises sont également soutenus.

L'immobilier d'activités est très dynamique en termes de création de surfaces de bureaux mais aussi d'ateliers. « On souhaite que les artistes puissent rester en centre ville et bénéficier de ce type d'espaces, insiste Sandrine Gibet. »

Des objectifs ambitieux

En termes d'objectifs opérationnels pour 2015, l'aménagement de l'île de Nantes doit aboutir à plus de 90 000 m² de surfaces disponibles ; plus de 4 000 étudiants dont 1 000 en master et

licence professionnelle sont attendus ainsi que plus de 1 000 emplois directs et indirects et plus de 100 chercheurs au sein d'un pôle de recherche constitué.

« L'île de Nantes est une tête de réseau, mais l'idée n'est pas d'avoir un ghetto des industries créatives qui exclurait tous ceux qui n'y seraient pas. Le Quartier de la création travaille en réseau à l'échelle régionale pour permettre à l'ensemble du territoire de bénéficier de cette attractivité. »

Sandrine Gibet reconnaît cependant qu'il n'existe à ce jour aucune étude scientifique pour mesurer l'impact économique de cette politique urbaine. « La réhabilitation des halles Alstom crée une effervescence en termes de développement de projets et d'activités. Les Machines ont un impact sur le tourisme et renforcent l'attractivité de Nantes. On l'évalue pour le moment de manière empirique. »

Interrogée sur les villes dont pouvait s'inspirer Nantes métropole au sein du réseau ECCE, la coordinatrice du cluster a cité Cardiff qui travaille sur l'accès au financement des créatifs, ainsi que Stuttgart. En France cette question est sensible et s'accompagne d'une résistance partagée par les financeurs et les acteurs culturels. Le réseau Ecce a permis d'établir une étude comparative entre les différents modes de financement et l'acceptation dans les différents pays. À Nantes, un événement a mis en relation des investisseurs et des porteurs de huit projets créatifs aux côtés de projets innovants « plus habituels » (nouvelles technologies, biotechnologies...).

Sandrine Gibet a également souligné le retard de la France par rapport aux autres pays européens en matière de recherche et développement dans les industries créatives (ce thème a fait l'objet d'un Atelier français en mai 2010). Pour pallier ce retard, un pôle de recherche réunissant une centaine de chercheurs sur le thème des industries créatives se met en place.

Dans la salle, une voix s'est élevée pour s'interroger sur le modèle de société qui peut émerger à terme d'un tel projet en soulignant la prééminence du rôle de l'argent dans l'entrepreneuriat. Pour Sandrine Gibet, l'idée du cluster est de faire évoluer les usages et la perception commune des artistes et des entreprises. « Comment un designer peut-il faire évoluer les produits ou process d'une entreprise dans ce contexte ? Que peuvent apporter les créatifs à ce projet urbain ? On ne fait pas de l'immeuble pour faire de l'immeuble. On essaie d'aller plus loin dans la réflexion urbaine en traitant aussi la circulation et le paysage. » Un point de vue que ne partage pas le paysagiste Clément Willemin qui pense que ce n'est pas à une société d'aménagement du territoire qu'incombe la tâche de définir un modèle de société, celle-ci devant se contenter d'offrir aux acteurs les conditions qui leur permettront d'exprimer leur vision. Pour Elsa Vivant en revanche, les acteurs culturels ont là toutes les raisons de s'inquiéter.

Clément Willemin

Paysagiste DPLG, cofondateur de l'agence de paysage Base (Bien aménager son espace)



Pour illustrer la notion de ville créative, le paysagiste a présenté un projet d'aménagement de 1 000 mètres carrés situé à Paris, dans le parc de Belleville. Selon lui, cette opération est exemplaire en matière de concertation et de partage de décision entre public et concepteurs.

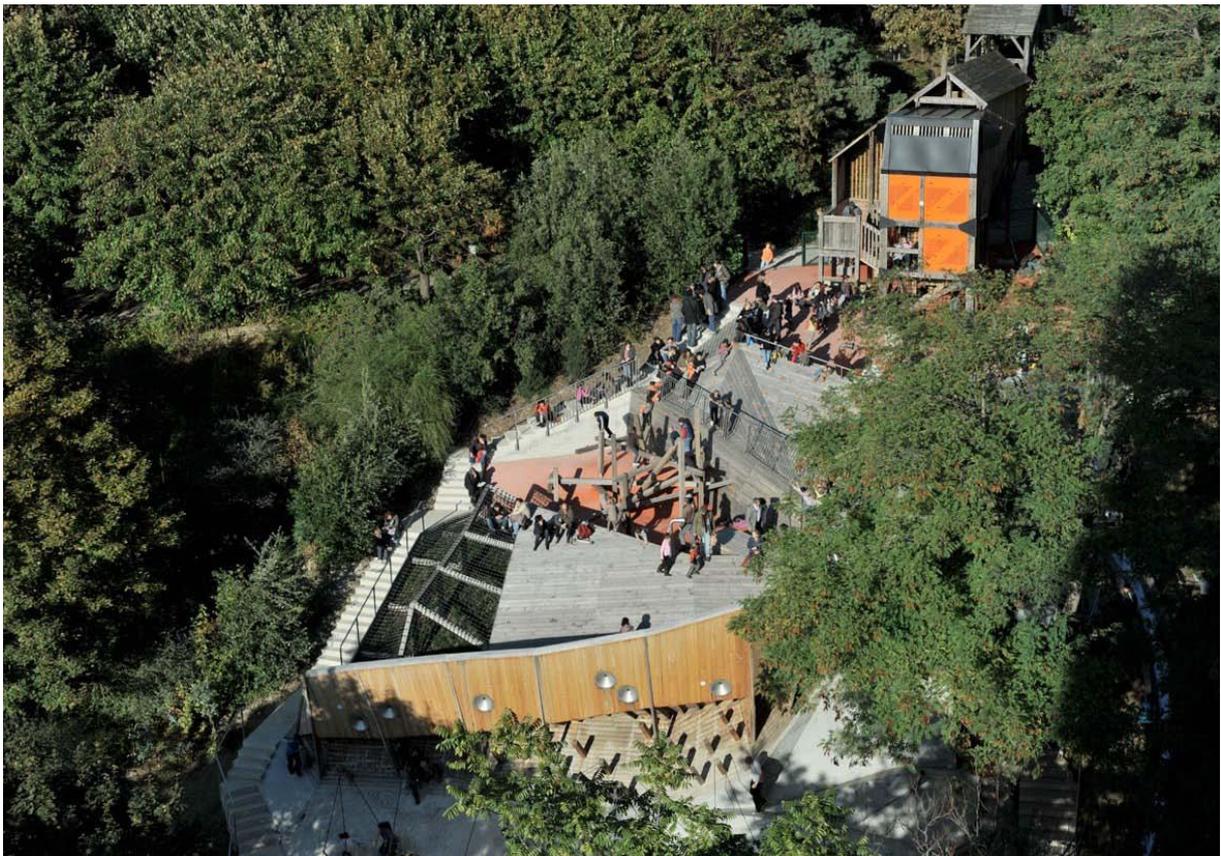
Des désirs surprenants...

L'historique du projet fait apparaître une aire de jeux situé rue des Couronnes qui n'était plus aux normes, jusqu'à provoquer un effondrement de terrain. Très en amont du projet paysager, la Mairie de Paris a fait intervenir des spécialistes pour mener des ateliers avec les enfants et les habitants du quartier. Ces derniers ont exprimé à la fois leurs fantasmes, leurs souhaits et leurs souvenirs qui ont été croisés pour aboutir à une synthèse des enjeux.

« Il s'agissait d'interroger les gens sur leurs désirs. Sachant, commente Clément Willemin, que "les gens" ça n'existe pas ! Personne n'est en mesure d'exprimer spontanément ce qu'il veut. D'où le travail avec des sociologues... ». Ce travail préparatoire a mis en lumière un certain nombre de demandes surprenantes. Par exemple, les habitants du quartier ne souhaitaient pas forcément qu'on mette l'accent sur la sécurité. La prise de risque, l'idée que les enfants puissent se faire mal et apprennent progressivement – dans la limite du raisonnable, bien entendu – n'ont pas été écartées. Les enfants ont dessiné des diplodocus, exprimé le désir d'avoir du bois...



L'agence Base a tenté de traduire dans l'espace les rêves des habitants. « On était vraiment dans la création pure, dans l'imagination. On a dû réapprendre et réinventer la réglementation des aires de jeux en France, qui est très contraignante, pour aboutir à quelque chose qui croise différentes esthétiques. » Le paysagiste insiste sur la force de l'imagination enfantine, beaucoup plus puissante que celle des adultes.



En terme de construction, les contraintes étaient importantes puisque la pente des coteaux de Belleville est une pente à 20 degrés, l'équivalent de celle d'un escalier. Les paysagistes ont

utilisé cette contrainte pour faire un jeu d'escalade où les plus petits peuvent jouer sur des pentes douces tandis que les plus grands évoluent sur des pentes raides.

« Quand on a ouvert l'équipement au public, durant l'hiver 2008, les parents ont eu très peur ! Idem pour les jardiniers qui fermaient dès qu'il y avait une goutte de pluie. Pourtant, il n'y a jamais eu d'accident, juste quelques genoux râpés, comme promis... »

Le projet va à l'encontre de ce qui est traditionnellement préconisé en matière d'équipement d'aire de jeux : il utilise le bois, il est dessiné sur mesure à partir des idées avancées par les utilisateurs et exclut tout équipement standard présenté dans des catalogues. « On estime que c'est aussi bien nous, notre inconscience et notre inconscient, que les habitants qui avons créé cette aire de jeux totalement spontanée et inédite, commente Clément Willemin. » Voilà qui colle parfaitement à sa définition de la ville créative.



La ville créative peut-elle être une « ville moche » ?

Cette question renvoie immédiatement à son contraire : faut-il donner une belle forme à la ville pour qu'elle soit créative ? Clément Willemin reconnaît que « la France est moche avec ces lotissements absurdes et ces centres commerciaux dont on tartine les régions. » Pourtant, selon lui, ce n'est pas forcément parce que des designers ou des architectes interviennent qu'une ville devient belle. Et de citer l'exemple du projet Euralille de Rem Koolhaas : une opération historique d'un point de vue urbain, qui a vu une plaque tournante de la drogue dans les années 1980 devenir un centre d'affaires performant. Interrogé par le journal *Libération* qui n'était guère enthousiaste sur le projet, l'architecte et urbaniste hollandais a reconnu lui-même qu'il s'agissait d'une opération inhumaine et qu'une « superstructure, ça ne pouvait pas être bien... ».

L'agence Base ne prétend pas « faire des paysages » et se veut pour cela très attentive aux détails, aux situations quotidiennes, aux postures. « Ce n'est pas l'esthétique qui nous intéresse mais plutôt l'anticipation de l'évolution des pratiques urbaines. La ville créative est sous nos yeux, mais on ne la voit pas ! »

Clément Willemin décrit la ville européenne des années 1960 comme une ville où les gens allaient au travail, faisaient leurs courses, circulaient en voiture. « Si on regarde ce qui se passe à l'instant autour de la Gaîté lyrique, il y a des gens qui mangent, d'autres qui

bronzent, qui font du web, du sport... En peu de temps, une révolution s'est amorcée qu'on ne voit pas forcément car on y participe. On doit anticiper, observer comment les jeunes générations se comportent dans la rue.» Le paysagiste cite l'exemple des jeunes qui préfèrent s'asseoir sur le dossier des bancs publics plutôt que sur leur assise. « C'est la spontanéité de l'humain qui nous intéresse et nous inspire, sa capacité à investir l'espace public extérieur. »

Stéphane Distinguin

Fondateur de faberNovel, président du festival Futur en Seine et coprésident de l'Atelier français



Le thème de la ville créative est un sujet au cœur des préoccupations professionnelles et associatives de Stéphane Distinguin depuis ces dix dernières années. Selon lui, la notion de ville créative s'incarne d'abord par un attachement à sa ville. « J'aime Paris et j'ai toujours aimé cette ville. Pourtant je me dis qu'il est dommage qu'on n'y trouve pas tout à fait ce qu'on mérite... ».

Des enjeux d'identité et de compétitivité

En 2003, la création de faberNovel s'accompagne d'une forme de militantisme. C'est la fin de la bulle Internet et de l'avènement des entreprises auxquelles il suffisait d'ajouter un « .com » pour qu'elles soient perçues comme créatives. Stéphane Distinguin explique que le point de départ de son implication dans le Silicon Sentier (une association d'entreprises innovantes dans le domaine des nouvelles technologies) fut d'abord un enjeu d'identité : « il était avant tout question de nous faire plaisir en exprimant un nouveau rapport au travail qui passait par la passion. ». Car au fond qu'est-ce que la créativité ? Est-ce qu'un violoniste ou un guitariste travaillent quand ils répètent ou quand ils donnent un concert ?

Le deuxième enjeu concernait la compétitivité. Il y a quelques années encore, un expert en nouvelles technologies parisien était moins crédible que son collègue de San Francisco. « La valeur est démesurément attachée à un territoire, c'est certainement injuste mais on n'a pas d'autre choix que d'essayer de redonner de la valeur à son territoire si on veut obtenir la reconnaissance. »

Le fondateur de faberNovel avoue avoir été impressionné par la lecture du livre de Walter Benjamin, *Paris capitale du XIX^e siècle*, où l'on peut déjà observer l'impact du commerce.

« Bien avant Rem Koolhaas, le Paris du XIX^e siècle avait inventé les nouveaux espaces d'échanges, allégorie de la modernité. Il s'est passé à ce moment-là quelque chose qui a fait de Paris une ville lumière. »

Comment lui redonner cette valeur au début des années 2000 ? Force est de constater que, vue de l'étranger, Paris est alors davantage perçue comme une ville romantique dotée de bons restaurants que comme la cité des nouvelles technologies...

Dans un premier temps, Stéphane Distinguin et ses proches cherchent à créer un sentiment d'appartenance en travaillant sur un format d'animation. Entre 2003 et 2007, une multitude d'événements se met en place, mélange informel et stimulant d'implications professionnelles et personnelles.

Une deuxième phase consiste ensuite à développer des projets structurants qui viennent se greffer sur cet écosystème. « On a essayé de créer ce qui ressemblait un peu à une sorte de syndicat de startups pour nous fédérer et envisager des actions communes. » Parmi ces actions, celle du Quartier numérique, qui deviendra plus tard Le Camping, a beaucoup compté en 2006-2007. Pour la première fois des expérimentations sont proposées au grand public par des startups ou des sociétés confirmées dans les nouvelles technologies. Pourtant, ces nouveaux services rendus aux habitants sont un échec cuisant. « On s'est aperçu qu'il était difficile de créer un pont entre les acteurs professionnels et le grand public. On avait beau tracter, mettre des affiches, s'insérer dans les conseils de quartier, les mairies, les maisons de retraite, ça ne prenait pas ! »

L'histoire ne s'arrête pas là puisqu'à la suite de ce projet, Stéphane Distinguin entreprend un voyage fondateur à San Francisco à l'issue duquel il crée, en 2007, des bureaux pour faberNovel dans un premier espace de *coworking*, baptisé Citizen Space. Les expériences conjointes du *coworking* et du grand public s'alignent alors pour aboutir à la création de La Cantine (voir le compte rendu de *l'Atelier français sur le lieu média*, mars 2011).



Stéphane Distinguin et Camille Pène

L'originalité du modèle français

Très vite, La Cantine est une réussite. « Pour moi, explique Stéphane Distinguin, c'est un indicateur intéressant de voir comment un écosystème se positionne par rapport à un autre et comment, en copiant, il réussit assez vite à se retrouver pas loin derrière son modèle. Avec La Cantine, on a fait quelque chose d'assez rare : d'un défaut français, on a réussi à se retrouver avec un partenariat public/privé optimal et inédit. »

La région Île-de-France soutient massivement le projet. Un accompagnement qui s'explique sans doute par le fait que les collectivités locales ont besoin de telles structures pour comprendre en finesse et par l'exemple ce que sont les nouvelles technologies. « Alors qu'il suffit au maire de San Francisco d'appeler le patron d'Apple ou de Google ! » Un an après l'ouverture de San Francisco, La Cantine s'est imposée comme le plus grand espace de *coworking*, le plus visité et le mieux subventionné.

Futur en Seine

Stéphane Distinguin compare Futur en Seine à la Fête de la musique telle qu'elle était à sa création, il y a 30 ans, ou à la libéralisation des ondes radio. Il insiste sur la volonté de développer au sein de la ville créative une nouvelle forme de culture populaire qui n'existe que parce qu'elle est partagée avec le grand public. Selon lui, l'écosystème sera fort quand un nombre important de personnes s'intéressera au festival et qu'on sortira de « l'entre-soi » à la Gaîté lyrique, au CentQuatre ou au Forum des images.

L'exemple de Twitter illustre bien la valeur d'un écosystème. « Le service n'est pas exceptionnel, il tombe souvent en panne, la technologie est basique, le management ne fait pas rêver... Pourtant, ce qui est incroyable c'est l'écosystème qui s'est formé autour ! Il est probable que Twitter n'aurait pas existé s'il n'avait pas vu le jour à San Francisco où des utilisateurs ont vite compris la magie de ce service en terme de révolution d'usage. »

L'innovation dans les transports

La ville créative est un sujet d'expérimentation pour faberNovel dont l'activité est celle du design industriel et du design de service. « On peut aller encore plus loin et imaginer du design de startups ou d'entreprises. On crée des activités de bout en bout. »

Stéphane Distinguin aime à rappeler le premier projet qui a porté chance à sa structure. En 2003, la jeune société a développé pour la Tan, le réseau des transports nantais, une application consistant à avoir accès au temps de passage des bus et des tramways sur son téléphone mobile. L'idée était de relier l'utilisateur au système d'information de l'exploitant, ce qui évitait l'installation et la maintenance de petits écrans sur les poteaux des abris bus. MobiTrans a ensuite permis à l'utilisateur d'acheter à l'avance sur son mobile un ticket dématérialisé. Au Japon, les nouveaux produits sont d'ailleurs souvent lancés dans les gares.

Fort du potentiel de cette technologie, faberNovel l'a transposée aux loisirs et aux concerts. Ainsi est né Digitick, leader européen de la « dématérialisation » du ticket, aujourd'hui racheté par Vivendi. « En tant qu'entrepreneur, la ville est pour moi un des sujets d'innovation les plus fascinants. En Californie, à Palo Alto ou ailleurs, on a l'impression à la vue d'hectares de Kaufman & Broad qu'on ne peut pas inventer les usages que nous sommes en capacité d'inventer ! Foursquare, qui est une sorte de Twitter géolocalisé, n'a pas été inventé en Californie mais à New York. »

Stéphane Distinguin pense donc qu'il existe « une âme des villes » qui agit sur leur capacité d'innovation. Même s'il reconnaît que les vélos en libre service sont nés à Lyon, il considère que tous les systèmes partagés de transport sont un domaine d'expertise et d'excellence parisienne. La qualité des services ainsi que les capacités d'innovation propres à la capitale française lui permettent d'être un leader mondial en la matière.

L'Atelier s'est conclu par une série de questions thématiques auxquelles les participants ont répondu :

Quelle place pour les locaux d'activités dans la ville de demain ?

Stéphane Distinguin n'attend pas des collectivités qu'elles décident de la ville où il vit. « C'est à nous, entrepreneurs, artistes, citoyens, de nous rencontrer et d'expérimenter. » Il rappelle qu'au départ, les quartiers de création sont souvent des quartiers que les collectivités essaient « de nettoyer ». Silicon Sentier s'est implanté lorsque les sociétés de bourse ont quitté le 2^e arrondissement parisien et que la Bourse a fermé physiquement, à la fin des années 1980. « On s'est retrouvé avec des mètres carrés pas chers dans le centre de Paris, qui possédaient la fibre optique. Les startups se sont installées. On retrouve le même phénomène à Berlin Est. »

Pour Elsa Vivant, les expériences de La Cantine et des *coworking spaces* reposent la question des locaux d'activité. Elle déplore que les opérateurs urbains soient encore loin des préoccupations des travailleurs créatifs, de même qu'ils peinent à mener une réflexion sur la place du commerce en centre ville et privilégient les grandes enseignes et les centres commerciaux à l'extérieur des villes. L'expérience de la Friche Belle de mai, comme toutes celles qui ont été lancées par des artistes, ont réveillé l'intérêt du ministère de la Culture qui a tenté de s'en inspirer pour transformer son modèle d'action.

« Est-ce que la ville créative est belle ?, poursuit la jeune urbaniste. Allez au Val d'Europe ! Statistiquement c'est une ville qui concentre des actifs créatifs : des comédiens, des architectes qui travaillent pour Disney... C'est une ville où le design urbain et la conception architecturale sont pensés en amont. Beaucoup de gens trouvent ça très beau et sont prêts à payer très cher pour s'y installer. Pourtant je ne suis pas sûre que certains travailleurs créatifs présents dans la salle auraient l'impression d'être dans un environnement qui facilite la créativité ! » Une prise de position qui renforce l'idée que la notion de la ville créative est forcément subjective.

Quelle place pour l'art public ?

La ville créative doit aussi penser la place de l'artiste dont l'œuvre contribue à donner une identité à la communauté et à changer le regard sur la ville. Pour Sandrine Gibet, l'artiste intervient dans le projet urbain à travers des projets tels qu'Estuaire. Cet événement permet en effet de découvrir un large territoire, entre Nantes et Saint-Nazaire, à travers des installations artistiques à l'échelle de l'estuaire de la Loire. « L'art permet à la population de réinvestir un territoire méconnu. » Les œuvres, souvent élaborées par les artistes en lien avec les riverains, sont installées sur un lieu atypique ou un site remarquable de l'estuaire. Certaines créations sont présentes le temps de l'événement (Estuaire se déroule sur six ans, en trois épisodes), d'autres sont installées définitivement pour composer un parcours à ciel ouvert qui renouvelle la perception du territoire.

Avec des collègues urbanistes, Elsa Vivant réfléchit depuis quelque temps à la manière dont les artistes peuvent participer à l'innovation dans un projet urbain. Selon elle, l'artiste permet d'avoir une approche sensible de l'espace que les techniciens de la production de la ville ont perdu. « Les codes de leur métier tendent à objectiver au maximum l'information et

donc à nier la valeur d'une approche sensible de l'espace. L'artiste peut permettre une meilleure prise en compte de cette sensibilité. »

Clément Willemin a rappelé la publication récente par le ministère de la Culture d'un bilan de l'art public. S'il existe des œuvres de commande publique exceptionnelles, d'autres en revanche n'ont pas passé l'épreuve du temps. « L'espace public est basé sur un certain nombre de conventions, de codes : les artistes qui arrivent à s'insérer dans un espace qui n'a rien à voir avec une galerie ou un musée sont rares. Nous travaillons en ce moment sur les rives de la Saône, à Lyon, avec un artiste camerounais, Pascale-Marthine Tayou. On s'aperçoit que nous avons des manières différentes d'appréhender la ville, nos métiers ne peuvent pas se substituer. »

Pour Stéphane Distinguin, la question de la commande publique pose aussi la question de l'échelle du temps. « Ce qui m'intéresse dans la pratique du numérique, c'est qu'elle réintroduit la notion de la seconde dans la ville. » À quel horizon juger la valeur d'une œuvre d'art public ? En combien de temps a-t-on estimé que la tour Eiffel était un monument important alors qu'on voulait la démonter ? Cette question s'applique aujourd'hui à la Pyramide du Louvre.

Le fondateur de faberNovel souligne la nécessité de la prise de risque pour faire changer son environnement. Il déplore que Paris soit en passe de devenir une « ville-musée pour Playmobil », à l'image de Venise, et que la publicité y soit en perte de vitesse. « Pourquoi cherche-t-on à la réduire ? Il y avait autrefois beaucoup plus de publicités sur les façades de la ville ! Paris doit préserver sa capacité à casser ses monuments, en assumant les risques, à l'image de ce qui se fait à Londres. »

La ville créative est-elle porteuse d'un modèle de développement urbain ?

L'un des modèles de la ville créative pourrait être celui d'un développement durable où les industries créatives viendraient tirer l'ensemble des industries, où les gens réinventeraient des manières de vivre, de partager l'espace et l'énergie. Que serait, alors, un espace public où les futurs de la ville créative seraient débattus, prendraient forme et où cette ville créative serait porteuse d'une scène politique ?

Pour Stéphane Distinguin, c'est à chaque ville de trouver librement son modèle économique et urbain, et de définir les règles du « vivre ensemble ». Il prédit une spécialisation des villes selon leurs potentiels et leurs inclinations. « J'aime beaucoup ce que fait Nantes dans le domaine du spectacle vivant. J'observe une culture et une économie qui correspondent à ses projets : Royal de luxe, le Lieu unique... L'âme des villes s'incarnera dans des formes diverses. » C'est sur cette phrase encourageante que s'est conclu le dernier Atelier français de la saison 2010-2011.