



ET SI LES POLITIQUES D'ATTRACTIVITÉ *des industries créatives* ÉTAIENT CONTRE- PRODUCTIVES ?

Les stratégies d'attractivité territoriale par l'implantation des industries créatives ne vont pas sans le risque d'une survalorisation foncière et immobilière excluant les plus précaires, dont les travailleurs de ces industries créatives.

ELSA VIVANT

L'imbrication croissante des politiques culturelles dans les stratégies territoriales se comprend dans un contexte de mise en compétition des territoires pour l'accueil des investissements et des entreprises. En plus d'actions répondant directement aux besoins de ces dernières (infrastructures de transport et de communication, fiscalité, parcs d'activités), les villes promeuvent et améliorent le cadre et la qualité de vie, considérés comme des critères de choix de localisation pour des entreprises à haute valeur ajoutée. Elles se lancent dans des stratégies d'attractivité et de valorisation (dont elles assument les coûts et les risques financiers)

par l'amélioration des aménités urbaines dans le cadre d'opérations de régénération urbaine et de politiques de soutien à certaines filières d'activités. Dans cette compétition où le maître mot est attractivité, la culture joue un rôle prédominant pour se différencier, comme un avantage comparatif en matière d'offre de services, un outil d'aménagement et une filière d'activité économique en développement. Cette instrumentalisation est rendue possible par ce que Guy Saez appelle le « tournant métropolitain des politiques

culturelles¹ », c'est-à-dire le rôle majeur des villes dans la définition et le financement des politiques culturelles.

Les stratégies d'attractivité territoriale ne sont pas définies seulement selon les attentes supposées des entreprises, mais de plus en plus vers celles des professionnels qui constituent la ressource (humaine) principale des entreprises de l'économie dite créative, et aux yeux de

« Les flux de diplômés ne génèrent pas la croissance ; c'est une économie locale dynamique qui attire les diplômés. »

qui elles s'efforcent de se rendre attractives. Une récente étude européenne relativise l'importance des qualités urbaines et notamment de l'offre culturelle dans le choix résidentiel des professionnels créatifs. Elle montre que les principaux motifs de leur choix résidentiel sont liés à leur trajectoire personnelle et aux oppor-

tunités d'emploi, des motifs somme toute habituels. La diversité de l'offre culturelle ou la présence de certaines communautés n'interfèrent que secondairement dans leur choix. Dit autrement, les flux de diplômés ne génèrent pas la croissance ; c'est une économie locale dynamique qui attire les diplômés².

Les politiques de développement territorial s'orientent également vers le soutien à certains secteurs d'activités dits créatifs. Le regroupement de différentes activités sous l'appellation d'« industries

créatives³ » rend visible leur poids dans l'économie, notamment en Île-de-France où elles généreraient 6 % de l'emploi de la région, soit 363 000 postes⁴ (Camors et Soulard, 2010) – l'Île-de-France étant la région qui concentre la moitié des emplois créatifs en France⁵. Cette concentration statistique renvoie à une idée ancienne selon laquelle la ville serait le creuset de l'innovation (artistique, sociale, technologique, scientifique) par le frottement à l'altérité et les rencontres imprévues qu'elle permet. Inspirées par les apports de la géographie économique, plusieurs collectivités locales se sont lancées dans des politiques économiques favorables au soutien aux industries créatives à travers la programmation de projets immobiliers dédiés et la mise en place de dispositifs d'animation des filières. C'est ainsi que le Karting a vu le jour à Nantes dans le quartier de la Création, que l'Imaginarium est né à Roubaix-Tourcoing au sein du quartier créatif de l'Union, et que les villes de la French Tech se doivent de proposer un lieu totem censé être l'espace d'animation et de structuration des filières numériques. De telles stratégies s'appuient sur le présupposé d'un ancrage local des activités créatives. Le territoire serait le support de l'efficacité de la production. Dans ces secteurs marqués par une organisation du travail par projet, les entreprises développent un schéma de production de « spécialisation flexible » par l'externalisation et le recours à la sous-traitance

ainsi que le travail en réseau. La coprésence sur un même territoire d'un vaste réseau de fournisseurs, sous-traitants et clients faciliterait les échanges commerciaux et la gestion du travail par projet grâce à une plus grande mobilité des travailleurs entre différentes entreprises et types d'emplois. Cette coprésence et cette mobilité favoriseraient les relations interpersonnelles dans la sphère du travail et hors travail, qui sont autant de canaux de diffusion des connaissances, d'émulation et d'information.

Mais la colocalisation en un même lieu ou un même quartier n'est ni une condition nécessaire, ni une condition suffisante pour collaborer. D'autres formes de proximité sont tout aussi importantes. Elles peuvent être temporaires, comme lors de rencontres professionnelles ou de festivals, et médiées par des outils de collaboration à distance. Surtout, il apparaît qu'un préalable à la collaboration dans les secteurs créatifs est l'existence d'une proximité esthétique et la participation des acteurs à une même communauté de pratiques. La prégnance d'une approche économique et managériale de la notion d'industries créatives occulte cet enjeu esthétique. La promotion des industries créatives introduit en effet une proximité symbolique entre industries culturelles et innovation numérique. Or, le déploiement lexical autour de la créativité (ville, économie, industrie, classe créative) fait davantage écho aux préoccupations des

gestionnaires cherchant à modéliser et rationaliser les processus d'innovation et l'émergence d'idées nouvelles (la créativité), que référence aux pratiques et attentes des mondes de la création artistique. Pour en analyser les formes de spatialisation, le terme de « scène » (et ce qu'il sous-entend de coulisse et de spectacle) est d'ailleurs préféré à celui de « cluster », utilisé par les économistes pour étudier les formes d'ancrage et d'encastrement des activités économiques. Les dynamiques spatiales des activités créatives se jouent à plusieurs échelles territoriales, du quartier à la métropole et à l'espace global. Ainsi, sur un même espace, on observe différentes formes de rapport des professionnels créatifs à leur territoire : d'une part un très fort ancrage dans des réseaux locaux de certains professionnels travaillant dans un espace social et géographique circonscrit, et de l'autre une déterritorialisation des artistes les plus inscrits dans les réseaux internationaux, pour qui le territoire n'est qu'un point de chute. Dans ses travaux, Sophie Gravereau montre ainsi qu'à Belleville coexistent des artistes très investis dans la vie de quar-

« Le déploiement lexical autour de la créativité (ville, économie, industrie, classe créative) fait davantage écho aux préoccupations des gestionnaires que référence aux pratiques des mondes de la création artistique. »

tier mais peu reconnus en tant qu'artistes, et d'autres qui, au contraire, ne se présentent jamais comme artistes de ce quartier⁶. Un quartier créatif peut être un espace d'encastrement des réseaux de collaboration et offrir une relative stabilité économique par les échanges qu'il permet, mais au risque d'une dépendance à ces réseaux, d'un enfermement esthétique et d'un épuisement créatif. La métropole semble une échelle plus pertinente pour comprendre les espaces de flux et d'échanges.

D'autre part, malgré un fort soutien des acteurs publics pour la création de lieux dédiés, les industries créatives adoptent, en partie, les logiques dominantes d'organisation et de territorialisation de la production par la recherche du moindre coût. Ainsi, la société EuropaCorp délocalise certains tournages de films dans des pays à faible coût de main-d'œuvre, alors que son siège social est installé à la Cité du cinéma, à Saint-Denis (93), bâtiment dédié à l'industrie cinématographique dont le producteur Luc Besson est à l'origine. Dans un autre registre, on peut s'interroger sur la pertinence urbaine des poli-

tiques de relocalisation d'équipements ou d'établissements culturels existants dans une logique de concentration, laissant souvent en friche d'autres espaces. Enfin, au-delà de la proximité géographique, la mise en relation se construit dans le temps, et la coprésence de différentes entreprises d'une filière peut au contraire générer une mise en concurrence accrue des acteurs vis-à-vis des donneurs d'ordre et des investisseurs. Le cas de l'émergence de ce qui a ensuite été appelé le Silicon Sentier rappelle que la concentration et la proximité géographique peuvent s'expliquer par un mimétisme des acteurs à la recherche d'un effet de labellisation par l'installation à proximité des pionniers du secteur, au risque d'une compétition entre les acteurs dans leur recherche d'investisseurs et d'une fragilisation de la filière en cas de crise. Il convient donc de rester prudent, de ne pas surestimer les retombées économiques de ces stratégies et d'en questionner la pertinence, que ce soit en prenant en considération les nouvelles logiques de production de ces filières ou en les confrontant aux caractéristiques et réalités des conditions de travail au sein de ces secteurs, marqués par la précarité et les inégalités de revenus. En effet, face à l'incertitude du succès et de la rentabilité, les productions créatives s'organisent par projet, associant diverses structures ou divers professionnels indépendants par des liens contractuels,

souvent par cooptation. Le corollaire de l'organisation du travail par projet est l'individualisation et la précarisation croissantes du rapport au travail, l'irrégularité et une forte inégalité de revenus. Les barrières d'entrée dans ces carrières sont d'autant plus infranchissables qu'elles sont invisibles (accès au travail par le bouche-à-oreille, non-publicité des offres, absence de régulation antidiscrimination...). L'individualisation du travail renforce la compétition entre travailleurs pour accéder à la commande, et pousse au dumping, à la concurrence par les coûts. De même, cette organisation du travail tend à valoriser davantage la réputation et la renommée des projets ou le client que les compétences mobilisées. Les professionnels créatifs doivent s'adapter en multipliant les réseaux de relations, en développant des compétences très pointues et recherchées, en adoptant une attitude entrepreneuriale au travail, au détriment parfois d'un investissement créatif personnel, les travailleurs reproduisant des schémas préétablis, par manque de temps ou pour limiter les prises de risque face à une réaction incertaine du public et des clients. L'externalisation, la fragmentation des tâches, l'individualisation du rapport au travail sont la source d'un sentiment d'isolement et de solitude face auquel le territoire peut devenir le support d'un encastrement des réseaux de collaboration. Pour faire face à la précarité, à la flexibilité et à la

mobilité qu'engendre cette organisation du travail, la centralité est une ressource pour être au cœur des réseaux professionnels et accéder à la commande et aux collaborations. Par l'investissement dans la vie de quartier, se nouent des relations de voisinage qui contribuent à alimenter le carnet d'adresses professionnelles. Le quartier devient alors une ressource pour la carrière ; la proximité des pairs est un moyen d'intégrer un réseau social et professionnel, d'accéder à la commande et de construire son identité professionnelle. On atteint là la contradiction majeure de ces politiques d'attractivité territoriale qui participent de la survalorisation foncière et immobilière, excluant *in fine* les plus pauvres et précaires, dont les travailleurs de ces industries créatives. La difficulté à prouver des revenus stables est un obstacle majeur pour l'accès au logement. Le système D (bouche-à-oreille, sous-location, faux documents) permet de faire face à des situations inextricables. Les tensions sur le marché du logement sont ressenties par les travailleurs précaires et peuvent constituer un frein véritable à l'épanouissement de secteurs d'activités fortement marqués par l'incertitude. Dans le même temps, par la multiplication et l'instabilité des relations professionnelles, être au cœur des réseaux (sociaux, professionnels et de transport) devient un avantage comparatif pour les travailleurs. Le besoin professionnel de centralité devient une

contrainte résidentielle dont on peut supposer qu'elle participe de la survalorisation immobilière des centres urbains. Or, la survalorisation des espaces est un frein à l'arrivée et à l'accueil des nouveaux entrants sur les marchés immobiliers, et induit une baisse des surfaces disponibles pour les créateurs. Ces évolutions posent la question de la condition urbaine du travail créatif et des industries créatives. Pour être le support des différentes fonctions nécessaires au déploiement de l'économie créative, la grande ville doit offrir des espaces de travail, de commercialisation, de rencontre, ainsi que des logements. L'individualisation du rapport au travail, l'importance de l'exercice en indépendant, la structuration des équipes par projet, l'isolement des travailleurs génèrent de nouveaux besoins et usages en termes de locaux d'activité. Les professionnels créatifs proposent eux-mêmes des solutions innovantes, adaptées à leurs besoins et contraintes. Ils s'installent dans des lieux inoccupés, comme des usines ou des bureaux, auxquels ils donnent un nouvel usage. Si ces occupations ont longtemps été perçues comme un pis-aller voire une menace à la tranquillité publique, elles sont aujourd'hui utilisées comme des avant-gardes de reconquête urbaine. Elles sont soumises à des critères de professionnalisation, et leurs opérateurs mis en concurrence dans le cadre d'appels à manifestation

d'intérêt, voire d'appels d'offres pour la gestion temporaire d'espaces vacants. À l'image des espaces de coworking, elles sont en train de devenir des produits immobiliers standardisés. Or, la vitalité et la diversité des industries créatives s'appuient sur l'articulation des scènes indépendantes underground avec les grandes entreprises et les espaces institutionnels de la culture (ou upperground). Dans un contexte de très forte pression foncière, comment préserver les conditions de production artistique et de consommation culturelle, c'est-à-dire conserver et produire des espaces de liberté et d'invention, des lieux de rencontres imprévues, des expériences inédites, de l'anonymat, de nouvelles manières d'être et de faire, de la multitude et de la diversité dans les ressources ?

NECTART

1. Guy Saez, « Le tournant métropolitain des politiques culturelles », in Guy Saez et Jean-Pierre Saez, *Les Nouveaux Enjeux des politiques culturelles. Dynamiques européennes*, Paris, La Découverte, 2012, p. 23-74.
2. Denis Eckert, Michel Grossetti et Hélène Martin-Brelot, « La classe créative au secours des villes ? », *La Vie des idées*, 28 février 2012.
3. La notion d'industries créatives n'est pas tant un concept analytique qu'une catégorie d'action. L'architecture, la publicité, le cinéma, l'audiovisuel, la photographie, la musique, le spectacle vivant, le design, le marché de l'art et des antiquités, la mode, l'édition, les jeux vidéo, l'industrie du logiciel, l'artisanat d'art trouveraient « leur origine dans la créativité, la compétence et le talent individuels, et ont un potentiel pour créer de la richesse et des emplois à travers la génération et l'exploitation de la propriété intellectuelle » (Department for Culture, Media and Sport/DCMS, cité dans Camors et Soulard, 2010).
4. Dont la moitié dans une profession créative.
5. Cerner la population concernée a nécessité un important et fastidieux travail de croisement des bases de données, le flou de la définition des « industries créatives » s'ajoutant aux limites inhérentes à l'appareil statistique et à sa comparabilité d'un pays à l'autre. Par exemple, les établissements de Ca-

nal+ et Endemol à Plaine Commune étant codifiés par l'Insee comme des activités de siège social, leurs effectifs ne sont pas identifiés comme des travailleurs créatifs.

6. Sophie Gravereau, « Les artistes de Belleville : valeur et faire-valoir d'un quartier de Paris à leurs dépens ? », *Territoire en mouvement*, n° 17-18, 2013, p. 38-51.

POUR ALLER PLUS LOIN

- Carine Camors et Odile Soulard, *Les Industries créatives en Île-de-France. Un nouveau regard sur la métropole*, Paris, Institut d'aménagement et d'urbanisme Île-de-France, 2010.
- Yan Dalla Pria et Jérôme Vicente, « Processus mimétiques et identité collective : gloire et déclin du "Silicon Sentier" », *Revue française de sociologie*, 47(2), 2006, p. 293-317.
- Myrtille Roy-Valex et Guy Bellavance (dir.), *Arts et territoires à l'ère du développement durable. Vers une nouvelle économie culturelle ?*, Laval, Presses de l'université Laval, 2015.
- Dominique Sagot-Duvaurois (coord.), *Culture et créativité : les nouvelles scènes, L'Observatoire. La revue des politiques culturelles*, n° 47, hiver 2016.
- Cyprien Tasset, Thomas Amossé et Mathieu Grégoire, *Libres ou prolétariés ? Les travailleurs intellectuels précaires en Île-de-France*, rapport de recherche, Paris, Centre d'études de l'emploi, mars 2013.
- Jean-Jacques Terrin (dir.), *La Ville des créateurs*, Marseille, Parenthèses, 2012.