
Inventer les nouveaux lieux de la ville créative : les espaces de *coworking*

Building New Places of the Creative City: the Rise of Coworking Spaces¹

Bruno Moriset



Éditeur

Université des Sciences et Technologies de
Lille

Édition électronique

URL : <http://tem.revues.org/3868>

DOI : 10.4000/tem.3868

ISSN : 1950-5698

Référence électronique

Bruno Moriset, « Inventer les nouveaux lieux de la ville créative : les espaces de *coworking* », *Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement* [En ligne], 34 | 2017, mis en ligne le 16 novembre 2016, consulté le 11 novembre 2017. URL : <http://tem.revues.org/3868> ; DOI : 10.4000/tem.3868

Ce document a été généré automatiquement le 11 novembre 2017.



Territoire en mouvement est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

Inventer les nouveaux lieux de la ville créative : les espaces de coworking

Building New Places of the Creative City: the Rise of Coworking Spaces¹

Bruno Moriset

Introduction

- 1 La croissance exponentielle des espaces de *coworking* (EC) depuis 2005 est restée largement ignorée par la littérature académique. En février 2013, le magazine *Deskmag*² rapportait l'existence de plus de 2500 EC dans le monde, dispersés dans 80 pays³. Depuis, le phénomène s'amplifie. Mais que sont ces espaces de *coworking* ? Le site Internet du programme *Creative Wallonia* développé par la région de Wallonie (Belgique) en propose une définition satisfaisante⁴ :
- 2 « Un espace de *coworking* est un lieu d'accueil, de travail et de rencontre pour les entrepreneurs, porteurs de projets et d'idées qui souhaitent les partager avec d'autres ; ce lieu est dynamisé par une animation spécifique qui vise à créer les liens à l'intérieur de la communauté des *coworkers* et en dehors (...) l'agencement des pièces et du mobilier ainsi que le modèle d'animation sont étudiés en vue de favoriser la rencontre, la collaboration, la discussion et le travail, pour la mise en œuvre des projets. Il y règne une ambiance décontractée et informelle qui libère la créativité et favorise le développement des projets. (...) Le *coworking* permet de favoriser la collaboration entre acteurs (...) et ainsi de créer un écosystème innovant au niveau local. »
- 3 Cet article propose de mettre en débat le phénomène du *coworking* tel qu'il est porté par ces milieux professionnels et institutionnels ; il est donc plutôt à visée exploratoire. La première partie situe le *coworking* dans un contexte économique et technologique plus large, celui de l'émergence d'une économie numérique et créative qui bouleverse la production et la consommation d'espaces de travail et de production (Florida, 2002 ;

Malecki et Moriset, 2008). L'émergence de la classe créative s'est matérialisée par la croissance des entrepreneurs de startups et autres *freelancers*, qui sont parfois à la recherche de tiers-lieux pour rompre l'isolement et créer du lien social et professionnel. Bien qu'ils se soient répandus dans un grand nombre de pays et de villes, les espaces de *coworking* (EC) sont particulièrement concentrés dans les villes considérées comme créatives. Nous montrons que les EC sont devenus partie intégrante des opérations de rénovation urbaine et de production de la « ville créative », avec le soutien financier fréquent des grandes entreprises. Toutefois, il convient de s'interroger sur la pérennité du phénomène et la solidité du modèle économique de ces espaces de *coworking*.

1. La croissance de la classe créative dans une économie numérisée

1.1. La ville créative maximise la création de connaissances et l'innovation

- 4 Les espaces de *coworking* sont consubstantiels d'une tendance de fond dotée de deux composantes : l'avènement d'une économie du savoir ou *knowledge economy* (Dolfsma et Soete, 2006) et le triomphe d'une économie numérique (Malecki et Moriset, 2008). Certains auteurs évoquent un capitalisme cognitif (Ascher, 2000) ou un capitalisme numérique (Schiller, 1999). L'informatique et Internet ont massivement investi les chaînes de valeur et induisent des transformations profondes au sein des entreprises (Porter, 2001 ; Dutton *et al.*, 2004). Dans une économie de plus en plus globalisée et concurrentielle, le raccourcissement des cycles d'innovation et la sophistication des chaînes de valeur exigent dès lors le recours à une main d'œuvre qualifiée, composée en large proportion de travailleurs créatifs, tels que définis par R. Florida (2002). Si, aux yeux du grand public, « les créatifs » désignent les personnes douées d'un talent artistique ou littéraire dans la création de contenus à composante culturelle forte, en particulier en musique, littérature, art, architecture, mode, design, publicité, cinéma, TV, presse et autres média, le spectre d'activités prises en compte par R. Florida s'élargit aux enseignants, chercheurs, ingénieurs, informaticiens, consultants, juristes, etc. (Chantelot, 2015). La formation, l'attraction et la rétention des créatifs sont devenus des facteurs clés de la prospérité des territoires et une question centrale pour les développeurs et politiciens locaux (Liefoghe, 2015a). D'où l'attention portée à la « ville créative » qui apporterait aux personnes et entreprises créatives une large gamme d'externalités marchandes et non marchandes (Scott, 2006). Le principe essentiel de cette ville créative est la maximisation des opportunités pour les rencontres de face-à-face (Storper et Venables, 2004), qui permettent les échanges de savoir ou connaissances tacites (Campagnac-Ascher, 2015).
- 5 À la suite des travaux fondateurs de Polanyi (1966), le concept de savoir tacite a attiré l'attention des géographes économistes (Howells, 2002). Gertler (2003 : 79) considère que la production et les échanges de savoir tacite « sont un déterminant fondamental de la géographie des activités innovantes ». Le savoir codifié ou les données brutes peuvent être échangés à distance par l'intermédiaire des plateformes et canaux numériques, et donc soumis à un phénomène ubiquitaire (Maskell et Malmberg, 1999). Au contraire, la production et l'échange de savoir tacite comportent une composante sociale et culturelle forte, exigent une connaissance intime de l'interlocuteur et l'établissement d'un degré de

confiance qui ne peuvent être obtenus qu'à travers des rencontres de face-à-face. La ville créative est conceptualisée comme le lieu de maximisation de ces interactions (Liefvooghe, 2015b).

1.2. L'émergence des télétravailleurs indépendants ou *lone eagles* urbains

- 6 « L'aigle solitaire » ou *lone eagle* de Beyers et Lindahl (1996) est un créatif indépendant qui peut vivre et travailler n'importe où grâce à l'usage des TIC. La puissance de coordination et d'intermédiation de l'Internet a favorisé l'éclatement géographique et institutionnel des chaînes de valeur et un recours massif par les entreprises à l'externalisation, motivée par une recherche de flexibilité (Gottfredson *et al.*, 2005). Les entreprises deviennent des orchestrateurs plutôt que des détenteurs de savoir-faire et de connaissance. Cette tendance est renforcée par le recours à l'innovation ouverte (Chesbrough, 2003) : une entité unique n'est plus en mesure de trouver en interne les ressources financières et humaines pour alimenter un processus profitable et durable d'innovation. Le développement du *crowdsourcing* constitue une autre manifestation de l'émergence d'une *Wikinomics* (Tapscott et William, 2006), modèle économique dans lequel les entités de production et d'innovation bien définies sont remplacées par des myriades de contributeurs indépendants (les logiciels libres et Wikipédia sont des exemples notoires de ce processus).
- 7 Dès lors, l'externalisation et l'informatique ubiquitaire favorisent la multiplication des micro-entreprises, entrepreneurs indépendants et *freelancers*. La liste des tâches affectées par ce phénomène est longue : réalisation de films et de vidéos, traduction, journalisme, design, web-design, logiciel, consulting, commerce électronique... Grâce aux TIC, ces tâches peuvent a priori être réalisées en dehors des sites productifs classiques. Cela signifie-t-il que les travailleurs créatifs peuvent être localisés n'importe où ? Malecki (2009) suggère une réalité plus complexe. La numérisation de l'économie entraîne des processus concomitants de dispersion et de concentration (Moriset et Malecki, 2009). Si la thématique du télétravail a été mobilisée pour revitaliser certains territoires ruraux, la réalité du télétravail est largement urbaine et les *lone eagles* sont majoritairement concentrés dans les villes favorables à la classe créative⁵.

1.3. La numérisation de la classe créative et ses effets sur la localisation et l'organisation des firmes

- 8 La numérisation ubiquitaire a radicalement altéré les processus et la spatialité des métiers du savoir et de la connaissance. Planches à dessin et tubes cathodiques ont cédé la place aux portables, tablettes et autres smartphones. Avec le déploiement des réseaux 4G (présents début 2014 dans les grandes villes françaises) et, peut-être, de la 5G vers 2020 (qui autoriserait des débits au-delà du Gigabit/sec.), les télécommunications mobiles deviennent une alternative aux réseaux filaires et repoussent les limites de l'ubiquité informationnelle. Ce mouvement va de pair avec le développement de l'informatique « en nuage » ou *cloud computing* et du logiciel « à la demande (Greenfield, 2006) qui accroît la versatilité des outils de travail – smartphones, tablettes, PC portables – d'une partie de la classe créative.

- 9 Les conséquences sur la géographie du travail intellectuel sont vastes, avec des répercussions sur l'organisation des firmes et le secteur de l'immobilier de bureau (Nappi-Choulet, 2013). D'une part, les grandes entreprises concentrent leurs forces créatives dans des campus technologiques, comme le *Technocentre Renault* en région parisienne ou le *Googleplex* de Google Inc. à Mountain View (Californie). Début 2014, ont débuté à Cupertino (Californie) les travaux du futur siège d'Apple dit *Apple Campus 2*, un bâtiment futuriste qui devrait rassembler 13 000 salariés en 2016. Ces complexes sont conçus pour maximiser les relations transversales entre personnes travaillant dans des secteurs différents du processus de R&D, en offrant une abondance d'espaces ouverts, de lieux de récréation ou de relaxation, pour favoriser la socialisation et les relations informelles. D'autre part, le lieu de travail des créatifs n'a jamais été aussi flexible et soumis à diverses formes d'hybridation (Marzloff, 2013). Pour économiser sur les coûts des bureaux, les grandes entreprises de service (Ernst & Young, Deloitte, IBM...) développent la pratique du bureau partagé (*desk-sharing* ou *hot-desking*) dans laquelle les salariés ne se voient plus attribués un poste de travail permanent. Ces entreprises prennent acte du fait que leur personnel est fréquemment en déplacement auprès des clients et qu'il peut sans inconvénient travailler à son domicile, tout en se connectant en tout lieu et à toute heure à l'intranet de l'entreprise.
- 10 Les entrepreneurs individuels sont soumis à un phénomène similaire mais sans bénéficier du même degré d'inclusion sociale. Le recours généralisé à la sous-traitance génère le paradoxe d'une économie créative de plus en plus atomisée dans laquelle les individus, de plus en plus connectés numériquement, sont de plus en plus isolés professionnellement et socialement (Howells, 2012). Alex Hillman, créateur d'un EC à Philadelphie, résume les six motivations du *coworking* :
- vous êtes isolé ;
 - vous avez besoin de motivation ;
 - vous aimez apprendre de nouvelles choses ;
 - vous n'êtes pas au courant de ce qui se passe dans votre région ;
 - votre équilibre vie privée/vie professionnel est complètement perturbé ;
 - vous pensez que le partage des ressources est la clé de la réactivité.⁶
- 11 Ainsi, les salariés nomades, micro-entrepreneurs et créateurs de *startups* rechercheraient un environnement de travail bien connecté, ergonomique, socialement et professionnellement animé, sans avoir à supporter les maux bien connus de l'*open space* (Des Isnards et Zuber, 2008), ni la solitude du travail à domicile. En somme, ils auraient besoin de tiers-lieux.

2. Les espaces de *coworking* comme tiers-lieux

2.1. Un concept déjà ancien

- 12 « *Third places host the regular, voluntary, informal, and happily anticipated gatherings of individuals beyond the realms of home and work.* » (Ray Oldenburg, 1989)
- 13 « En 1983, Howard Schultz (PDG de Starbucks) a proposé une nouvelle conception pour recréer la tradition du salon de café italien aux États-Unis. Un lieu favorisant la conversation et le sens communautaire. Un tiers-lieu entre le travail et le domicile. »⁷

- 14 L'expression « tiers-lieu » a été proposée par le sociologue R. Oldenburg (1989) pour décrire des lieux, autres que le domicile ou le lieu de travail, où se manifestent d'une manière informelle – mais prévisible – des processus de socialisation qui seraient essentiels à la structuration de la société urbaine. La terrasse du café ouverte sur la place du village et son terrain de pétanque est un tiers-lieu emblématique. L'utilisation professionnelle des tiers-lieux par la classe créative ne date pas de l'Internet. Les espaces de *coworking* sont une réminiscence des cafés littéraires du début du 20^{ème} siècle, comme le *Cabaret Voltaire* à Zurich, berceau du Dadaïsme, ou Le *Café de Flore* à Saint-Germain-des-Prés (Paris), qui doit sa célébrité à Jean-Paul Sartre et Simone de Beauvoir.
- 15 « *Nous nous y installâmes complètement : de neuf heures du matin à midi, nous y travaillions, nous allions déjeuner, à deux heures nous y revenions et nous causions alors avec des amis que nous rencontrions jusqu'à huit heures.* » J.-P. Sartre.⁸
- 16 Les espaces de *coworking* ne doivent pas être confondus avec d'autres tiers-lieux, comme les télécentres, ruraux ou urbains, lieux relais dans lesquels la dimension *coworking* est en général anecdotique (Moriset, 2011). Ils ne sont pas non plus de simple « bureaux à la demande »⁹, qui proposent rarement une animation dédiée et dans lesquels l'interaction sociale et professionnelle n'est pas le but recherché. Quant aux incubateurs de startups, leurs occupants doivent subir un processus de sélection qui n'est pas compatible avec le concept même de tiers-lieu. Toutefois, l'engouement pour le *coworking* est tel que de nombreux incubateurs implantent en leur sein un espace de *coworking* stricto sensu : nous revenons sur ce fait plus loin. Ceci renvoie au processus général d'hybridation des lieux de travail créatifs. À l'origine, les EC étaient le fruit de collectifs de création associatifs. Aujourd'hui, grandes entreprises et collectivités publiques s'y intéressent de plus en plus.

2.2. Les valeurs revendiquées par le *coworking*

- 17 Le cadre d'analyse des tiers-lieux proposé par Oldenburg s'applique aux espaces de *coworking* (tableau 1). Le *coworking* est une atmosphère, un état d'esprit, un style de vie. Les mots-clés sont flexibilité et accessibilité. Pour atteindre son but, l'EC doit rompre avec les pesanteurs hiérarchiques et les rigidités inhérentes à la vie de bureau : abonnement à la carte et tarifs modulés, espaces ouverts (mais possibilité de s'isoler), ambiance décontractée (pas de code vestimentaire), coin cuisine qui permet de prendre des repas en commun, organisation d'événements de type *barcamps*.¹⁰ Les valeurs revendiquées du *coworking* s'expriment dans la dénomination des EC. Humour et décontraction de rigueur dans les tiers-lieux sont manifestés par la diversité des métaphores et jeux de mots (tableau 2).

Tableau 1 : Valeurs des tiers-lieux et des espaces de coworking : une comparaison

R. Oldenburg (1989)	Citizen Space [http://citizenspace.us/about/our-philosophy/]]
---------------------	---

<p>« Terrain neutre » : les utilisateurs se réunissent librement.</p> <p>« Égalisateur » : les clivages sociaux et économiques sont ignorés.</p> <p>La conversation est l'activité principale. Humour et vivacité d'esprit sont les bienvenus.</p> <p>Accessibilité et « vivabilité »</p> <p>« Les habitués » : ils donnent au lieu son ambiance et aident les nouveaux entrants à se sentir à l'aise.</p> <p>« Profil bas » : les tiers-lieux sont sans ostentation.</p> <p>« Un chez soi à distance de son domicile ».</p>	<p>Citizen Space est fondé sur les valeurs suivantes :</p> <p>« Ouverture » : nous encourageons les espaces ouverts et les discussions.</p> <p>« Collaboration » : (...) vous rencontrerez toutes sortes de gens dotés de toutes sortes de savoirs.</p> <p>« Accessibilité » : (...) un espace financièrement et matériellement accessible au plus grand nombre.</p> <p>« Communauté » : nous prospérons sur les relations et le support mutuel qui sont générés ici..</p>
--	--

traduction de B. Moriset

Tableau 2 : Nommer les espaces de coworking : valeurs et figures de rhétorique

Interprétation	Noms des espaces de <i>coworking</i>
Inspiration Alchimie d'idées nouvelles	La Muse (Gen), Newton's Cradle (Alb), Sparkle (Lon), Spark Space (NY), Tech Liminal (Oak) Protein Studio (Syd), Inspire9 (Melb), Imaginarium (Lil)
Réservoir / mélangeur d'idées	Le Tank (Pa), Bathtub 2 Boardroom, Innovation Warehouse (Lon), Le Mixeur (St-E)
Outils / ateliers pour matérialiser idées et projets :	La Forge (Li), Foundery (Tor), Grind (NY), The Mill (Seat), York Butter Factory (Melb), The Code Factory (Ottawa), Spice Factory (Chic), L'Usine à Belfort (Belf)
Berceau d'entreprises, incubation	Eclau (Laus), The Hatchery (SF), Hatch!Nest (Han), The Cube (Lon), Uncubed (Denv), Spacecubed (Per), The Hackernest (Tor), La Poussinade (Pa)
Startups, technologie	Starpad (Seat), Geekoffice (Bost)
Accélérateur de startups	RocketSpace, The Reactor (SF)
Connectivité, réseautage	The Hub (SF), Conduit, Swivel (Orl), Conjunctioned, Plug and Play (Aust), Digital Telepathy (SD), The BizLynks Center (Atl), Nexus Montréal
"Chat" et discussion, animation	Agora (Berl), Hypepotamus (Atl), Vibewire Enterprise Hub (Syd), Fluent City (NY)
Formation, brainstorming	The White Board (Seat), Canvas.co/work (Wash)

Hospitalité, ressources	Igluu (Utr), Abri.Co (Qu), Enterprise Oasis (Phil), Milk & Broad (Bost)
Travail collaboratif, communauté	The Hive at 55, Fueled Collective (NY), La Ruche (Pa), La Coroutine (Lil) Gangplank (Pho)
Support mutuel	La Cordée (Ly), Camaraderie Coworking Inc (Tor)
Engagement civique	Citizen Space (SF)
Opportunités	Opportunity Space (Aust)
Sérendipité, nomades	Roam Atlanta, Droplab (LA), The Trampery (Lon)
Tiers-lieu, rencontres informelles, convivialité	La Cantine (Pa), W@tercooler (Bost), LAWOMATIC (Pa), Le comptoir numérique (St.E), PAPER + TOAST (KL)
Décontraction	Coolworking (Bord), Affinity Lab (Wash), ZEN Coworking (Tok)
Valeurs entrepreneuriales, audace,	Intrepid Labs (Bost), Launch/Co (Berl), The BizDojo (Auck), Proudcloud (Man), Ventureforth (Phil)
Esprit rebelle	La Mutinerie (Pa)
Comfortable, cosy	Posh Coworking (Aust), The Comfy Chair (SF)

INDEX DES ACRONYMES

ALB : ALBUQUERQUE (US) / ATL : ATLANTA (US) / AUCK : AUCKLAND (NZ) / AUST : AUSTIN (US) / BELF : BELFORT (FR) / BERL : BERLIN (GER) / BORD : BORDEAUX (FR) / BOST : BOSTON (US) / CHIC : CHICAGO (US) / DENV : DENVER (US) / GEN : GENEVA (SWITZ.) / HAN : HANOÏ (VIETNAM) / KL : KUALA LUMPUR (MALAYSIA) / LAUS : LAUSANNE (SWITZ.) / LI : LIÈGE (BELGIUM) / LIL : LILLE (FR) / LON : LONDON (UK) / LY : LYON (FR) / MAN : MANILA (PHILIPPINES) / MELB : MELBOURNE (AUS) / NY : NEW YORK CITY (US) / OAK : OAKLAND (US) / OTAW : OTTAWA (CAN) / PA : PARIS (FR) / PER : PERTH (AUS) / PHIL : PHILADELPHIA (US) / PHO : PHOENIX (US) / QU : QUÉBEC (CAN) / SD : SAN DIEGO (US) / SEAT : SEATTLE (US) / SF : SAN FRANCISCO (US) / ST.E : SAINT-ETIENNE (FR) / SYD : SYDNEY (AUS) / TOK : TOKYO (JAP) / TOR : TORONTO (CAN) / UTR : UTRECHT (NETHERLAND) / WASH : WASHINGTON DC (US)

2.3. Des accélérateurs de sérendipité, ou la primauté des relations de face-à-face dans une économie numérique

- 18 « Quand nous sommes entourés de gens intéressants, des choses intéressantes arrivent souvent ! » *Cowork-in-grenoble*¹¹
- 19 La production de sérendipité est le principe essentiel de l'espace de *coworking*. L'idée d'accélérer la sérendipité avec le *coworking* a été popularisée par Chris Messina, cofondateur de *Citizen Space* en 2006¹². La sérendipité est un néologisme tiré de l'anglais *serendipity*, ou « opportunité de faire par chance des rencontres ou découvertes plaisantes » (Oxford Dictionary). Du point de vue du géographe, la production de sérendipité dépend du *buzz* urbain analysé par Storper et Venables (2004). L'identification de lieux et d'événements producteurs de sérendipité est déjà ancienne, comme le montrent les extraits suivants :

« Les flux d'information vont et viennent dans divers lieux de rencontres, à l'extérieur du cadre de bureau formel, dans les dîners en villes, les cocktails, les salons des conférences, les terrains de golf... » (Gottmann, 1970 : 329).

« La proximité dans l'espace physique permet à la proximité dans l'espace social de produire tous ses effets (...) en permettant de profiter continûment des rencontres à la fois fortuites et prévisibles qu'assure la fréquentation des lieux bien fréquentés » (Bourdieu, 1993 : 164).

« Être dans une ville, c'est être situé dans une boucle informationnelle dense et intense, dont l'une des valeurs ajoutées est constituée de sources imprévues et non-planifiées d'information » (Sassen, 2001).

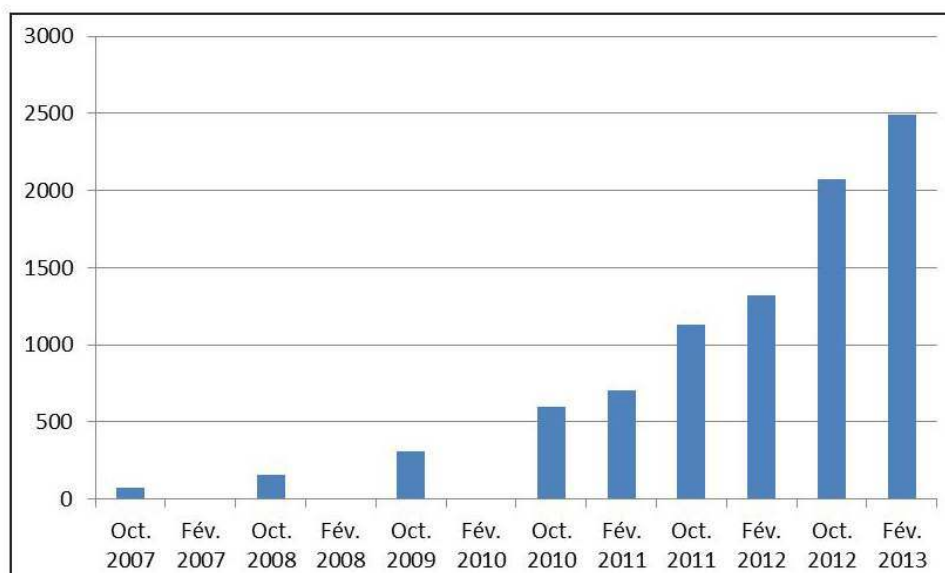
- 20 En mettant l'accent sur le lien entre l'espace social et l'espace géographique, Bourdieu pose les bases sociologiques de la production de sérendipité. L'idée de Bourdieu peut être confrontée à la théorie de la proximité (Boschma, 2005 ; Torre et Rallet, 2005), qui insiste sur la combinaison entre plusieurs variétés de proximité : physique (spatiale), organisationnelle et cognitive. La proximité physique ne peut pas produire ses effets si elle n'est pas complétée par un degré de proximité sociale ou professionnelle. C'est ce que valorise le site Internet de l'EC *Wecreate* :
- 21 « Imaginez être assis à proximité d'un informaticien, d'un photographe, d'un juriste, ou débutant une conversation impromptue avec un journaliste, un publicitaire de mode, un décorateur d'intérieur. Chez *Wecreate*, c'est la réalité... malgré notre diversité, nous partageons la même "fibre" de curiosité, créativité et passion »¹³.
- 22 Toutefois, pour renforcer les opportunités de rencontres professionnelles fructueuses, certains managers d'EC recherchent un certain degré de spécialisation. Certains EC sont orientés vers les médias (*l'Atelier des Médias*, Lyon). D'autres ciblent artistes et designers (*Studiomates* à New York, *Imaginarium* à Lille). Certains se spécialisent dans la haute technologie (*RocketSpace* à New York)¹⁴. Cette spécialisation entretient la croissance exponentielle des espaces de *coworking* dans le monde.

3. La croissance du *coworking* : un phénomène mondial

3.1. Une envolée récente

- 23 Le *coworking* est né en 2005 à San Francisco, à l'initiative de Brad Neuberg (*The Hat Factory*), Chris Messina et Tara Hunt (*Citizen Space*). Le phénomène décolle à partir de 2007, avec un doublement annuel jusqu'en 2012 (figure 1).

Figure 1 : Nombre estimé d'espaces de coworking dans le monde



Graphique de B. Moriset, adapté de *Deskmag*.

3.2. Un phénomène global, quoique soumis à la concentration dans les villes créatives

24 Les deux principales sources de données disponibles sont les enquêtes organisées par le magazine *Deskmag* et le *Coworking Directory*¹⁵. Des données supplémentaires peuvent être trouvées sur des plateformes d'intérêt national ou régional, comme *Neo-Nomades.com*, qui délivre une géographie assez complète du mouvement en France. Deux observations principales peuvent être faites : le *coworking* s'est répandu dans le monde entier ; des villes considérées comme créatives se distinguent par un grand nombre d'espaces répertoriés. Le *Coworking Directory* signale la présence du *coworking* dans 66 pays et 528 villes. Le *Global Coworking Census 2013 (op.cit.)* dénombre 2498 EC dans 80 pays. Les pays riches se taillent la part du lion avec environ 1100 espaces en Europe (dans 30 pays) et 860 en Amérique du Nord. Des pays émergents, comme le Brésil, occupent une place significative. Mais les pays les plus pauvres ne sont pas ignorés : Moldavie, Kirgizstan, Ouganda, Rwanda, etc. (tableau 3).

Tableau 3. Nombre d'espaces de coworking par pays

Amérique du Nord		Autres pays européens		Amérique latine et Caraïbes	
États-Unis	781	Suisse	11		
Canada	80	Norvège	3	Brésil	95
		Serbie	2	Mexique	21
Union Européenne				Argentine	19

Allemagne	230	Russie et CEI		Colombie	9
Espagne	199	Russie	39	Chili	6
Royaume-Uni	154	Ukraine	4	Panama	5
France	121	Kyrgyzstan	1	Pérou	2
Italie	91	Moldavie	1	Costa Rica	1
Pologne	44			Rép. Dominicaine	1
Portugal	42	Asie de l'ouest		Paraguay	1
Pays-Bas	39	Israël	12	Porto Rico	1
Belgique	29	Turquie	6	Uruguay	1
Autriche	26	Liban	4	Vénézuela	1
Rép. Tchèque	16	Émirats Arabes Unis	4		
Suède	15	Jordanie	1	Afrique	
Grèce	10	Pakistan	1	Afrique du Sud	5
Hongrie	8			Egypte	5
Irlande	8	Asie du sud et de l'est		Nigeria	3
Danemark	6	Japon	129	Sénégal	3
Finlande	6	Chine	22	Cameroun	2
Lithuanie	6	Inde	18	Maroc	2
Roumanie	5	Singapour	15	Ouganda	2
Bulgarie	4	Thaïlande	7	Ghana	1
Luxembourg	4	Hong-Kong	5	Côte d'Ivoire	1
Slovaquie	4	Malaisie	4	Ile Maurice	1
Estonie	3	Philippines	4	Rwanda	1
Croatie	2	Corée du Sud	4		
Lithuanie	2	Taïwan	4	Océanie	
Slovenie	2	Indonésie	2	Australie	60
Malte	1	Vietnam	2	Nouvelle Zélande	6

adapté de The 2013 *Coworking* Census, par Deskwanted.com

- 25 Un petit nombre de villes considérées par les médias ou les experts comme particulièrement créatives, comme San Francisco, Londres, Paris, Berlin, Amsterdam et Barcelone, possèdent un réseau dense d'EC (tableau 4). Cette logique de concentration semble normale en France et au Royaume Uni, pays centralisés où les capitales possèdent une prépondérance dans le domaine des fonctions intellectuelles. La supériorité de Berlin est d'une autre nature car la ville ne domine pas les autres métropoles allemandes dans le domaine économique. Il faut considérer la place privilégiée de Berlin dans le domaine culturel et artistique, ainsi que les secteurs créatifs au sens étroit du terme (édition, médias, publicité...), qui est un héritage de l'histoire amplifié par les suites de la réunification allemande de 1990 (Jakob, 2010 ; Lange *et al.*, 2008).
- 26 Par contraste, des villes de la Rust Belt américaine (Détroit, Cleveland) ou de la Ruhr (Dusseldorf, Essen) sont absentes du paysage du *coworking*. Suivant la rhétorique de R. Florida, on peut considérer que l'importance des EC dans une ville est corrélée avec la richesse de l'animation culturelle et le foisonnement créatif qui font qu'un lieu est attractif pour les artistes (*bohemians*), *freelancers* et créateurs d'entreprise dans les secteurs du contenu numérique. Dans cette perspective, la présence d'un écosystème high-tech est relativement secondaire, ce qui explique la supériorité de San Francisco sur la *Silicon Valley* stricto sensu, dont le caractère urbain est moins affirmé.

Tableau 4 : Principales villes avec une forte présence d'espaces de coworking

Ville	Nombre d'espaces	Ville	Nombre d'espaces
San Francisco	30	Sao Paulo	12
(autres dans la Bay Area)	16	Atlanta	11
Londres	40	Austin	11
New York City	30	Washington D.C.	11
Berlin	22	Barcelone	11
Paris	20	Tokyo	11
Amsterdam	17	Sydney	9
Seattle	16	Montréal	7
Toronto	15	Madrid	7
Chicago	14	Stockholm	6
Boston / Cambridge	12		

Source : *Coworking* Directory 2013.

4. Les espaces de *coworking* et la production de la ville créative

- 27 Au tournant du XXI^e siècle, la nécessité de développer une ville créative est devenu un slogan des politiques publiques, et favoriser l'écllosion des startups semble considéré comme l'arme absolue du développement économique local (Kenny, 2011). Ponzini et Rossi (2010) considèrent la théorie de Florida (2002) comme un outil intellectuel à la disposition des responsables politiques locaux et des promoteurs concernés par la rénovation et la revitalisation des quartiers industriels anciens.

4.1. Espaces de *coworking* et développement des districts créatifs

- 28 À la fin des années 1990, les startups de l'Internet avait envahi les ateliers de textile du Sentier à Paris et de Soho ou Tribeca à New York. L'aventure avait tourné à la déroute pour la grande majorité de ces entreprises. Balayés en 2000-2001 par l'éclatement de la bulle de l'Internet ou *dot.com bubble bust* (Indergaard, 2004), la *Silicon Alley* et le *Silicon Sentier* renaissent aujourd'hui de leurs cendres. L'outil de recherche sur le portail Néonomade¹⁶ montre que la géographie du *coworking* dans Paris est concentrée au nord de la Seine dans les 2^e, 3^e, 10^e et 11^e arrondissements (figure 2). Cette concentration illustre la renaissance du *Silicon Sentier* qui s'est développé dans le district du prêt-à-porter du même nom.

Figure 2 : Espaces de coworking à Paris selon le site Néonomade en 2013



Extrait de www.neonomade.com, 16 Novembre 2013.

- 29 Berlin offre un terrain idéal pour l'épanouissement des initiatives de type *coworking*. Après la réunification de 1990, les programmes immobiliers ont fleuri sur une échelle

jamais vue en Europe depuis la reconstruction de l'après-guerre. Le coût de l'immobilier est plus bas que dans les autres grandes capitales. Et Berlin s'est forgé une image de ville cosmopolite et foisonnante de créativité¹⁷, dont les autorités locales font une importante promotion (Lange *et al.*, 2008). Vaisseau amiral du *coworking* berlinois, le *Betahaus* (2000 m², 200 coworkers) est ainsi fréquemment visité par des délégations étrangères.

- 30 Depuis 2005, New York a bénéficié d'une renaissance des activités créatives et technologiques que les autorités locales souhaitent accompagner. En 2009, le maire Michael Bloomberg a lancé le programme MediaNYC 2020 pour renforcer la prééminence de la ville dans les médias électroniques et les activités de contenu. L'agence de développement économique (New York City Economic Development Corporation) a participé au financement d'un réseau de vingt incubateurs dont plusieurs offrent des espaces de *coworking*, comme *The Hive at 55*¹⁸, ouvert en décembre 2009 au 55 Broad Street. Ce programme constitue une opportunité pour la rénovation d'anciens bâtiments industriels ou entrepôts comme *Harlem Garage*, *Sunshine Bronx* et *Made in NY Media Center*¹⁹. Dans la même logique, on peut mentionner le district est-londonien de Hackney Wick où le *London Thames Gateway Development Corporation (LTGDC)* a transformé une ancienne imprimerie en incubateur, 90 Main Yard, qui comprend un espace de *coworking* : *Innovation@90 Main Yard*²⁰.
- 31 En France, le support public au *coworking* est particulièrement actif²¹. Tourcoing, les collectivités locales et l'Union européenne ont participé au financement de *La Plaine Image*, un complexe dédié aux nouveaux médias et implanté sur une friche industrielle. L'*Imaginarium*, incubateur destiné aux métiers de l'image, comprend un espace de *coworking*. La rénovation du quartier industrialo-portuaire de l'île de Nantes a permis la création d'un EC, *Le Karting*²². Confronté au déclin économique et démographique depuis les années 1970, Saint-Etienne s'est engagé dans une stratégie de rupture autour des métiers du design. L'établissement public d'aménagement de Saint-Étienne (EPASE) rénove la Manufacture d'armes qui devient un pôle créatif comprenant la *Cité du Design* et *Le Mixeur* qui inclut un EC.
- 32 « Véritable atelier à idées et à projets, le Mixeur favorise l'accès à une communauté, privilégie les échanges, la convivialité, les rencontres pluridisciplinaires. Au sein du *Mixeur*, les usagers peuvent accéder à une offre d'accueil générique, la pépinière des métiers créatifs et l'espace de *coworking*. [...] Porte d'entrée sur le quartier créatif Manufacture de Saint-Étienne, le *Mixeur* est un tiers lieu arts/sciences/design/entreprises, incubateur de projets créatifs novateurs et espace de rencontres, d'échanges et d'émulation »²³.

4.2. Partenariats public-privé et intérêt des grands groupes high-tech pour le *coworking*

- 33 Les initiatives déployées par *Google* et *Microsoft* illustrent l'intérêt des groupes technologiques pour le *coworking*. Le programme « Google pour les entrepreneurs » finance plusieurs incubateurs et EC dans le monde, comme les Campus de Londres et de Tel Aviv²⁴. À Paris, Google a participé au financement d'un incubateur de 1300 m², *NUMA*, implanté au cœur du Sentier et nouveau siège de l'association *Silicon Sentier*. *NUMA* comporte un espace de *coworking* accessible à tous²⁵. *Microsoft* a établi un réseau mondial de neuf centres, les *Microsoft Ventures Accelerators (MVA)*, localisés dans des villes

technologiques majeures (dont Tel Aviv en Israël et Bangalore en Inde). *MVA Paris* est un incubateur doté d'un EC inauguré le 4 mars 2013 au cœur du Sentier²⁶.

- 34 Cependant, le projet parisien le plus ambitieux, lancé en septembre 2013 et qui devrait être achevé fin 2016, est *1000 startups* : il ambitionne de devenir le plus grand incubateur numérique au monde²⁷. Xavier Niel, fondateur et dirigeant de *Iliad* (maison mère de *Free*), est l'initiateur et financeur principal du projet, avec l'appui de la mairie de Paris et de la Caisse des Dépôts. L'incubateur sera implanté dans un ancien entrepôt ferroviaire de 30 000 m², la Halle Freyssinet, et pourrait abriter à terme un millier de postes de travail, avec plusieurs espaces de *coworking* et un ensemble complet de services : restauration, conciergerie, *coaching* et *mentoring*, conseil financier²⁸.
- 35 Les grandes entreprises de high-tech ont plusieurs motivations pour soutenir les initiatives d'incubateurs et EC. C'est une opération de promotion, mais c'est surtout la volonté de se connecter à un écosystème entrepreneurial local afin de capter une partie de la production de sérendipité extérieure à la firme. L'incubateur est conçu pour être un écosystème créatif en soi, dont l'EC est un élément. L'accès à l'EC, sans formalité, est le premier degré dans le processus d'insertion aux « univers » de *Google*, *Microsoft* ou *Iliad*. Une sélection donne accès à des programmes de *mentoring* puis de support financier. L'innovation est un processus de plus en plus ouvert dont les cycles sont de plus en plus courts (Chesbrough, 2003), mais qui reste fortement ancrée dans les territoires. Pour conserver leur avance technologique, les grandes firmes doivent déployer un double réseau, interne et externe (Malecki, 2011) qui leur permet de capter, sélectionner et assembler les idées et les initiatives qui peuvent émerger en dehors de leurs campus de R&D. Le financement d'un incubateur est une manière d'avoir une antenne au sein d'un milieu créatif mouvant et, le cas échéant, d'y dénicher une « pépite ».
- 36 Dans le contexte français, la création d'incubateurs de startups et d'espaces de *coworking* est de nature à concrétiser la mise en œuvre du programme gouvernemental French Tech, lancé en novembre 2013, qui vise à labelliser et soutenir financièrement par l'intermédiaire des « investissements d'avenir » des métropoles capables de faire émerger un écosystème fort d'entreprises du secteur du numérique. Le cahier des charges du programme souhaite en particulier que les villes qui prétendent au label French Tech développent un « bâtiment totem » emblématique²⁹. Les projets d'Euratechnologies à Lille ou de la Halle Freyssinet à Paris s'inscrivent parfaitement dans cette démarche.

5. Un futur incertain

- 37 Il est possible qu'une bulle de création d'espaces de *coworking* ait vu le jour depuis 2009, alimentée par la crise économique et la dépression du marché de l'immobilier de bureau³⁰. L'Espagne, pays d'Europe le plus touché par la crise immobilière, a le deuxième plus grand nombre d'EC en Europe et le ratio le plus élevé par rapport à la population³¹. Faillites, licenciements et bureaux vacants à faible coût favorisent le développement du *coworking*. De Peuter (2013) et Vivant (2013) évoquent la précarité qui règne dans les métiers créatifs. Confrontés à la maigreur des recrutements par les grands groupes de technologie ou de médias, les créatifs pourraient être davantage enclins à devenir travailleurs indépendants et à créer des communautés de coworkers.
- 38 La faible rentabilité des EC est un autre facteur d'incertitude. D'après le 2^{ème} *Coworking Survey* de Deskmag³², 60 % des EC seraient déficitaires. Mais la majorité des sites sont

récents. Selon J. Stillman³³, il est normal qu'une très jeune entreprise soit déficitaire. Amazon, Google et consorts sont restés déficitaires pendant des années avant de dégager des bénéfices. Par ailleurs, l'enquête de Deskmag montre que 70 % des EC de grande taille (plus de 50 adhérents) sont bénéficiaires. Mais une partie des avantages offerts sont non pécuniaires et les gestionnaires d'espaces doivent trouver des ressources additionnelles : subventions, location de salles, organisation de séminaires, service de petite restauration ou parrainage par des grandes entreprises³⁴.

- 39 La précarité financière des EC résulte en partie de la faible valeur ajoutée dégagée par les créatifs individuels, argument qui doit être situé dans un contexte plus vaste. Shaughnessy (2011) remet en question la valeur du concept de classe créative pour l'innovation et la création de richesse. La créativité tant vantée par les médias et les politiciens, soutient-il, a plus à voir avec l'opportunisme entrepreneurial qu'avec un haut niveau d'expertise. Il considère l'éclosion des petites entreprises de logiciel comme un processus darwinien de sélection dans le style « échouez en masse, échouez pas cher » (fail fast – fail cheap). Pour Shane (2009), « encourager plus de gens à devenir entrepreneurs est une mauvaise politique », parce que ces entreprises nouvelles proposent majoritairement des emplois peu payés, précaires, à faible valeur ajoutée et à faible contenu innovant. Hurst et Pugsley (2011) considèrent même que la majorité des créateurs de petites entreprises n'ont pas la croissance ou l'innovation pour objectif mais souhaitent simplement « être leur propre patron ». En sous-traitant une partie de la chaîne de valeur des activités créatives à des lone eagles ou micro-entreprises, les grandes firmes réduisent leurs équipes permanentes et reportent le poids des charges sociales et immobilières sur les travailleurs indépendants. La précarité, les revenus modestes ou fluctuants, les couvertures sociales insuffisantes, sont le prix de la liberté et de la sérendipité.

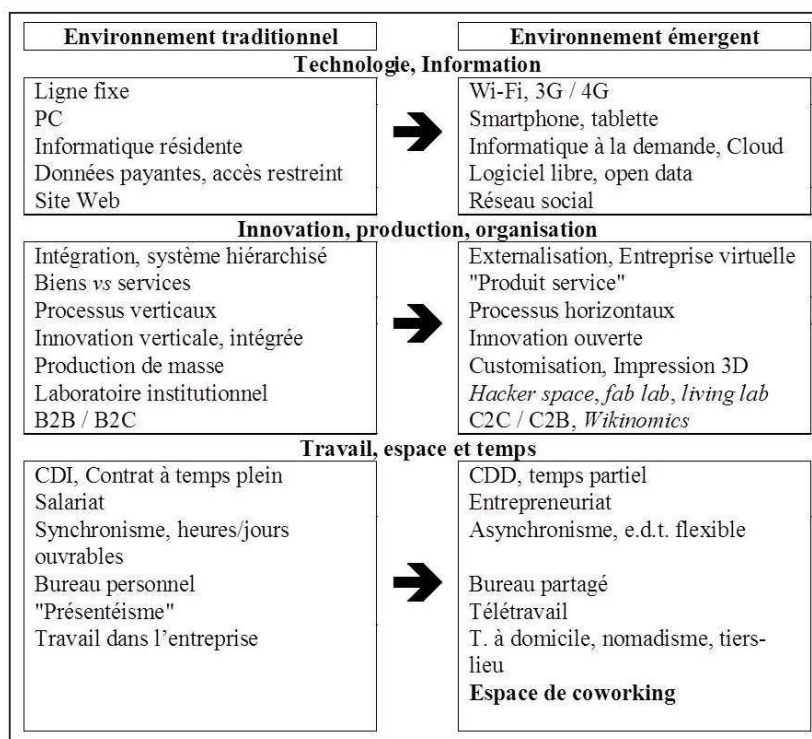
Conclusion

- 40 Même si leur poids économique global reste faible, les espaces de *coworking* sont devenus un phénomène planétaire et sont bien ancrés dans le paysage des métiers créatifs des métropoles. Les fondamentaux du modèle sont maintenant bien établis (Trupia et Fekrane, 2011). Le *coworking* est le fruit d'un écosystème émergent qui favorise le brouillage généralisé et l'effacement des frontières spatio-temporelles entre les concepts, catégories, objets et pratiques autrefois bien délimités au sein des sphères politiques, sociales, économiques et technologiques (figure 3). La frontière entre la vie privée et la vie professionnelle devient floue. Biens et services, entreprises, chaînes de valeur, processus d'innovation, contrats de travail, lieux de travail présentent des contours de plus en plus incertains. Les hybrides, comme les tiers-lieux et les EC, sont le résultat de ces phénomènes de brouillage et de convergence. Les technologies d'informations avancées et l'Internet occupent une position clé au cœur de cette évolution et la technologie elle-même a vu le triomphe des objets hybrides comme les smartphones et tablettes (Bresnahan et Trajtenberg 1995).
- 41 Parés du charme de la nouveauté, les espaces de *coworking* bénéficient d'un phénomène de mode. Il ne faut pas nier pour autant que les EC répondent à une demande réelle d'espaces de travail d'un nouveau genre, qui résulte de l'évolution du capitalisme numérique. Les créateurs d'EC ont occupé un segment de niche, dont le potentiel de croissance demeure inconnu. Toutefois, la mort parfois annoncée de l'immeuble de

bureau est une perspective lointaine, comme le montre l'activisme des grandes entreprises dans l'édification de nouveaux centres administratifs ou de R&D, qui incorporent le dernier cri des TIC et des « technologies vertes », et proposent des EC internes.

- 42 Il convient donc de tempérer l'enthousiasme suscité par le concept du *coworking*. Pour Ponzini et Rossi (2010), il existe une rhétorique de la ville créative qui tend à masquer la réalité essentielle de ces programmes de rénovation urbaine, qui est la création de valeur foncière et immobilière par la réalisation de programmes de bureaux et de logements haut de gamme. L'engouement pour les espaces de *coworking* est une des manifestations tangibles de cette rhétorique.

Figure 3 : L'écosystème émergent des EC et le brouillage des catégories



BIBLIOGRAPHIE

Ascher F., 2000, *Ces événements nous dépassent, feignons d'en être les organisateurs. Essai sur la société contemporaine*, La Tour d'Aigues : Editions de l'Aube.

Beyers W.B., D.P. Lindahl, 1996, Lone eagles and high fliers in rural producer services, *Rural Development Perspectives*, vol. 11, n° 3, pp. 2-10.

Boschma R.A., 2005, Proximity and innovation: a critical assessment, *Regional Studies*, vol. 39, n° 1, pp. 61-74.

- Bourdieu P., 1993, *La Misère du monde*, Paris : Éditions du Seuil, 947 p.
- Bresnahan T.F., Trajtenberg M., 1995, General Purpose Technologies: “engines of growth”?, *Journal of Econometrics*, vol. 65, n° 1, pp. 83-108.
- Campagnac-Ascher E. (dir.), 2015, *Économie de la connaissance : une dynamique métropolitaine ?*, Paris : Éditions Le Moniteur/POPSU, 298 p.
- Chantelot S., 2015, « La dynamique de la classe créative française 1990-2006 ou comment transposer la thèse de Richard Florida », in C. Liefoghe (dir.), *L'économie créative et ses territoires. Enjeux et débats*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, p. 99-119.
- Chesbrough H.W., 2003, *Open Innovation : The new imperative for creating and profiting from technology*, Boston : Harvard Business School Press, 227p.
- De Peuter G., 2013, Confronting Precarity in the Warhol Economy: Notes from New York City, *Journal of Cultural Economy*, vol. 7, n° 1, pp. 31-47.
- Des Isnards A., Zuber T., 2008, *L'Open Space m'a tué*, Paris : Hachette, 211p.
- Dolfsma W., Soete L. (dir), 2006, *Understanding the Dynamics of a Knowledge Economy*, Cheltenham : Edward Elgar, 274p.
- Dutton W.H. et al. (dir), 2004, *Transforming Enterprise : the economic and social implications of information technology*, Cambridge (Mass.) : MIT Press.
- Florida R., 2002, *The rise of the creative class—and how it is transforming leisure, community and everyday life*, New York : Basic Books, 404p.
- Gertler M., 2003, Tacit knowledge and the economic geography of context, or The undefinable tacitness of being (there), *Journal of Economic Geography*, vol. 3, n° 1, pp. 75-99.
- Gottfredson M., Puryear, R., Phillips, S., 2005, Strategic sourcing : from periphery to the core, *Harvard Business Review*, vol. 83, n° 2, pp. 132-39.
- Gottmann J., 1970, *Urban centrality and the interweaving of quaternary functions. Ekistics*, vol. 29, n° 3, pp. 322-331.
- Greenfield A., 2006, *Everyware : The Dawning Age of Ubiquitous Computing (Voices That Matter)*, Indianapolis : New Riders Publishing, 272 p.
- Howells J., 2012, The geography of knowledge : never so close but never so far apart, *Journal of Economic Geography*, vol. 12, n° 5, pp. 1003-1020.
- Howells J., 2002, Tacit knowledge, innovation and economic geography, *Urban Studies*, vol. 39, n° 5-6, pp. 871-884.
- Hurst E., Pugsley B.W., 2011, *What Do Small Businesses Do ?*, *NBER Working Paper*, n° w17041.
- Indergaard M., 2004, *Silicon Alley : the rise and fall of a new media district*, London : Routledge.
- Jakob D., 2010, Constructing the creative neighborhood : Hopes and limitations of creative city policies in Berlin, *City, Culture and Society*, vol. 1, n° 4, pp. 193-198.
- Kenny C., 2011, Rethinking the Boosterism About Small Business, *Business Week*, September 28, [www.businessweek.com/magazine/rethinking-the-boosterism-about-small-business-09282011.html], consulté le 19/11/2013.
- Lange B., Kalandidesbc A., Stöberbd B. et H. A. Mieg, 2008, Berlin's Creative Industries : Governing Creativity ?, *Industry and Innovation*, vol. 15, n° 5, pp. 531-548.

- Liefooghe C. (dir.), 2015a, *L'économie créative et ses territoires. Enjeux et débats*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, 246 p .
- Liefooghe C., 2015b, « La créativité : nouvelle ressource économique pour les territoires ? », in E. Campagnac-Ascher (dir.), *Économie de la connaissance : une dynamique métropolitaine ?*, Paris : Editions Le Moniteur/POPSU, p. 137-157.
- Malecki E.J., 2009, Everywhere ? The geography of knowledge, *Journal of Regional Science*, vol. 50, n° 1, pp. 493-513.
- Malecki E.J., 2011, Connecting local entrepreneurial ecosystems to global innovation networks: open innovation, double networks and knowledge integration, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, vol. 14, n° 1, pp. 36-59.
- Malecki E.J., Moriset B., 2008, *The Digital Economy : Business Organization, Production Processes and Regional Developments*, London : Routledge.
- Marzloff B., 2013, *Sans bureau fixe, transitions du travail, transitions des mobilités*, Limoges : FYP Editions, 96p.
- Maskell P., Malmberg A., 1999, The Competitiveness of Firms and Regions : 'Ubiquitification' and the Importance of Localized Learning, *European Urban and Regional Studies*, vol. 6, n° 1, pp. 9-25.
- Moriset B., 2011, Developing the digital economy in France's rural regions : A critical assessment of telecenters, *Netcom*, vol. 25, n° 3-4, pp. 249-272.
- Moriset B., Malecki E.J., 2009, Organization vs space: the paradoxical geographies of the digital economy, *Geography Compass*, vol. 3, n° 1, pp. 256-274.
- Nappi-Choulet I., 2013, Nomadisme, nouveaux espaces de travail et immobilier de bureau, *Le Cercle – Les Echos*, 3 décembre 2013, <https://ingridnappichoulet.com/2013/12/03/nomadisme-nouveaux-espaces-de-travail-et-immobilier-de-bureau/>
- Oldenburg R., 1989, *The Great Good Place, New-York*, Paragon House, 384 p.
- Polanyi M., 1966, *The Tacit Dimension*, Londres: Routledge and Kegan Paul, 128 p.
- Ponzini D., Rossi U., 2010, Becoming a Creative City: The Entrepreneurial Mayor, Network Politics and the Promise of an Urban Renaissance, *Urban Studies*, vol. 47, n° 5, pp. 1037-1057.
- Porter M.E., 2001, Strategy and the Internet, *Harvard Business Review*, vol. 79, n° 3, pp. 62-78.
- Sassen S., 2001, *The Global City: New York, London, Tokyo*, 2nd edition, Princeton: Princeton University Press, 480 p.
- Schiller D., 1999, *Digital capitalism: networking the global market system*, Cambridge: MIT Press, 320 p.
- Scott A.J., 2006, Creative cities: Conceptual issues and policy questions, *Journal of urban affairs*, 28, n° 1, pp. 1-17.
- Shane S., 2009, Why Encouraging More People to Become Entrepreneurs is Bad Public Policy, *Small Business Economics*, vol. 33, n° 2, pp. 141-149.
- Shaughnessy H., 2011, What is the creative economy, really?, *Forbes.com*, October 10 [www.forbes.com/sites/haydnshaughnessy/2011/10/08/what-is-the-creative-economy-really/], consulté le 12/11/2013.
- Schiller D., 1999, *Digital capitalism: networking the global market system*, New York : Portfolio, 320 p.

Torre A., Rallet A., 2005, Proximity and localization, *Regional Studies*, vol. 39, n° 1, pp. 47-59.

Trupia, D., Fekrane, C., 2011, Benchmark des espaces de coworking sur le territoire français, Rapport pour le projet INNOV'LABS, Silicon Sentier et TVT Innovation [<http://siliconxperience.org/publications/etude-innovlabs>], consulté le 14/11/2015.

Storper M., Venables A.J., 2004, Buzz: face-to-face contact and the urban economy, *Journal of Economic Geography*, vol. 4, n° 4, pp. 351-70.

Vivant E., 2013, Creatives in the city: Urban contradictions of the creative city, *City, Culture and Society*, vol. 4, n° 2, pp. 57-63.

NOTES

1. Une première version de ce travail a été présentée lors de la conférence «2nd Geography of Innovation», Université d'Utrecht, 23-25 janvier 2014.
2. Un magazine en ligne dédiée au coworking, à l'initiative des professionnels de ce milieu.
3. The Global Coworking Census 2013 [www.zonacoworking.es/wp-content/uploads/2013/02/Global-Coworking-Census-2013.pdf], consulté le 15/11/2015.
4. Source : [www.creativewallonia.be], consulté le 30/01/2014.
5. «Not so lonely Eagles», Forbes.com, 19 mai 1997 [www.forbes.com/1997/05/19/eagle.html], consulté le 23/10/2013.
6. «6 Reasons to Start Coworking», 7 novembre 2008 [<http://mashable.com/2008/11/07/reasons-to-start-coworking>], consulté le 27/11/2013 (traduction de B. Moriset).
7. [www.starbucks.com/about-us/our-heritage], consulté le 9 octobre 2013 (traduction de B. Moriset).
8. Cité dans *Café de Flore : L'esprit d'un siècle*, C. Boubal (2004), Paris : Lanore Littératures.
9. Comme ceux proposés par la société *Régus*, leader mondial du secteur [www.regus.com].
10. Discussion ouverte planifiée à l'avance sur les blogs et les réseaux sociaux, basée sur le principe de la libre contribution de tous les participants, sur des thèmes techniques et professionnels variés.
11. [www.co-work.fr/cowork-in-grenoble/presse], consulté le 20/11/2013.
12. Coworking Community Blog, 28 juin 2007 [<http://coworking.wordpress.com/2007/06/28/accelerating-serendipity-with-coworking>], consulté le 20/11/2013 (traduction de B. Moriset).
13. Innovate Through Community [www.wecreatenyc.com], consulté le 12/11/2013 (traduction de B. Moriset).
14. By Tech Entrepreneurs, for Tech Entrepreneurs, [http://rocket-space.com/about_us], consulté le 09/10/2013.
15. [<http://wiki.coworking.com>]
16. Néo-Nomade est une plateforme Web jumelée à une application iPhone ou Android, développée par une petite entreprise, *LBMG Worklabs*. Elle permet de localiser, en France, des espaces de travail flexibles ou collaboratifs de type télécentres ou espaces de coworking.
17. www.creativemetropoles.eu/city/berlin
18. <http://hiveat55.com>
19. www.nycedc.com/service/incubators-workspaces.
20. <http://90mainyard.co.uk/innovation>
21. R. Cagnol, Deskmag, 17 janvier 2013 [www.deskmag.com/fr/quand-la-sph-re-publique-soutient-le-coworking-l-exemple-de-la-france], consulté le 28/11/2013.
22. www.dotparade.com
23. Source : [www.le-mixeur.org], consulté le 13/11/2015.

24. www.campuslondon.com ; www.campustelaviv.com
 25. www.numaparis.com
 26. Source : [www.microsoftventures.com/Accelerators/paris.aspx], consulté le 13/11/2015.
 27. <http://1000startups.fr>
 28. Source : Wilmotte & Associés SA, communiqué de presse [http://1000startups.fr/dossiers/1000STARTUPS_CP_240913.pdf], consulté le 04/12/2013.
 29. Lancé le 27 novembre 2013, "French Tech" est une extension du projet "Quartier numérique", adopté le 10 octobre 2012 [www.lafrenchtech.com/docs/2.French_Tech_Cahier_des_charges_Label_Metropole.pdf], consulté le 07/04/2014.
 30. Deskmag, 7 novembre 2012 [www.deskmag.com/en/2000-coworking-spaces-worldwide-617], consulté le 12/11/2013.
 31. Deskmag, op.cit.
 32. Deskmag, 3 novembre 2011 [www.deskmag.com/en/first-results-of-global-coworking-survey-171], consulté le 19/11/2013.
 33. J. Stillman, 1^{er} décembre 2011 [<http://gigaom.com/2011/12/01/are-most-coworking-spaces-in-dire-financial-straits/>], consulté le 12/11/2013.
 34. Coiffard X., 2012, Le coworking créateur de richesse ? [<http://angeznetti.com/le-coworking-createur-de-richesse>], consulté le 12/11/2013.
-

RÉSUMÉS

Au milieu des années 2000 a émergé une forme nouvelle de lieux dédiés à l'accueil des entrepreneurs individuels ou créateurs de startups : les espaces de *coworking* (EC). Le phénomène est devenu mondial : en février 2013, on recensait 2500 espaces dans 80 pays. La croissance des EC est le fruit d'une économie numérique de la créativité, bénéficiant d'une ubiquité informationnelle dans laquelle les « créatifs » sont à la recherche de tiers-lieux favorisant les liens de sociabilité et de collaboration. Dans une première phase, les EC étaient loués ou rénovés par des collectifs associatifs de création. Depuis quelques années, collectivités publiques et grandes entreprises se sont emparé du phénomène. Parfois incorporé dans des structures plus vastes de type « incubateur de startups », l'EC est devenu un élément standard des politiques de développement de la « ville créative », qui visent à créer des écosystèmes locaux favorables à la création et à l'innovation tout en conduisant des opérations de reconversion économique et de réhabilitation de quartiers industriels ou commerciaux anciens. Le *coworking* s'inscrit dans le brouillage généralisé des catégories sociales, économiques et technologiques. Cet article interroge de ce fait la soutenabilité du mouvement à long-terme. Le *coworking* sera-t-il porté beaucoup plus loin par une révolution de fond du marché et de la géographie des lieux de travail ou restera-t-il confiné dans une niche avec un rôle de vitrine dans les opérations de rénovation urbaine ?

Recent years has seen the emergence of a new kind of workplace, the coworking space (CS). In 80 countries, worldwide, 2,500 spaces had been identified, as of February 2013. The coworking phenomenon is the outcome of the rise of a digital economy, informational ubiquity and the emergence of a new "creative class." Coworking spaces are designed to host creative people and entrepreneurs who endeavour to break their isolation and find a convivial environment that encourages meetings and collaboration. At the beginning of the movement, CS creations were

purely private initiatives. Since then, the concept has attracted interest from media, and CS have been incorporated into larger public programs aimed at the development of the “creative city,” which often leads to the regeneration of decayed industrial neighborhoods. CS are the outcome of the blurring of boundaries between technological, economic and social categories. So their sustainability and growth potential deserve to be scrutinized. Do they signal the emergence of a new workplace landscape or will CS be confined to merely a showcase role in urban renewal projects?

INDEX

Keywords : digital economy, urban planning, creative city, third place, coworking

Mots-clés : économie numérique, aménagement urbain, ville créative, tiers-lieu, coworking

AUTEUR

BRUNO MORISET

Maître de conférences

UMR 5600 EVS – CRGA

Université Jean Moulin – Lyon 3

bruno.moriset@univ-lyon3.fr