

Les dessous de la ville créative : Saint-Etienne, entre modèles théoriques et pratique

Giovanni Sechi



Electronic version

URL: <https://journals.openedition.org/echogeo/14624>

DOI: 10.4000/echogeo.14624

ISSN: 1963-1197

Publisher

Pôle de recherche pour l'organisation et la diffusion de l'information géographique (CNRS UMR 8586)

Electronic reference

Giovanni Sechi, "Les dessous de la ville créative : Saint-Etienne, entre modèles théoriques et pratique", *EchoGéo* [Online], 36 | 2016, Online since 30 June 2016, connection on 10 August 2021. URL: <http://journals.openedition.org/echogeo/14624> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/echogeo.14624>

This text was automatically generated on 10 August 2021.

EchoGéo est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International (CC BY-NC-ND)

Les dessous de la ville créative : Saint-Etienne, entre modèles théoriques et pratique

Giovanni Sechi

Introduction

- 1 De nombreuses villes et agglomérations dans le monde engagent des projets de développement urbain dans lesquels les arts, la culture et la créativité jouent un rôle important (Bianchini et Parkinson, 1993 ; Porter et Shaw, 2013). La montée en puissance d'une vision économique de la culture pour le développement urbain est en relation avec une série de facteurs. À cet égard, nous pouvons citer l'importance de la conjonction de trois tendances lourdes (Roy-Valex et Bellavance, 2015) : l'émergence d'une économie dite « post-industrielle » et le recul des secteurs industriels traditionnels ; l'émergence de nouvelles formes de gouvernance qui restructurent les rapports entre culture et politique dans les territoires ; l'extension des secteurs culturels et créatifs au-delà du noyau dur des créateurs et du milieu culturels.
- 2 Des modèles empiriques de développement économique par la culture ont été établis à partir des nombreuses expériences urbaines au cours des vingt-cinq dernières années. Des cas comme celui de Glasgow (Garcia, 2004) ou de Bilbao (Masboungi, 2001) sont rapidement devenus emblématiques et sont cités et suivis par les acteurs locaux, notamment dans les villes anciennement industrielles, comme exemples pour amorcer des dynamiques de redéveloppement urbain. En effet, les acteurs locaux, chargés du gouvernement des villes, sont constamment en demande de méthodes, recettes, références, modèles à suivre pour légitimer leurs projets à partir de l'exemplarité d'actions déjà menées (Didier, Peyroux, Morange, 2012 ; Devisme, Dumont, Rey, 2007).

- 3 Le modèle de la *ville créative* a ainsi connu dans les vingt dernières années un succès extraordinaire au niveau global : plus qu'un objectif, il s'agit d'un processus que les acteurs locaux considèrent comme capable d'accroître la compétitivité urbaine dans différents secteurs : l'innovation, l'attractivité, l'ouverture internationale, la recherche scientifique et technologique (Grandi, 2010). Les nombreuses études de cas montrent que ce sont notamment les villes de petite et moyenne taille, ainsi que les villes anciennement industrielles, qui choisissent de se repositionner « sur le créneau » des villes créatives. La prolifération de villes et de quartiers labélisés créatifs et/ou culturels témoigne ainsi de la convergence de ces politiques de renouvellement urbain s'inspirant des mêmes modèles et « bonnes pratiques » (Roy-Valex et Bellavance, 2015).
- 4 Les organisations internationales jouent un rôle important dans la promotion et la diffusion des bonnes pratiques et dans l'imitation de ces modèles : l'Union Européenne attribue tous les ans le titre de Capitale européenne de la culture ; l'Unesco défend le mariage culture-développement depuis les années 1970, attribue le label « Patrimoine mondial (matériel et immatériel) de l'humanité » et anime le réseau mondial des « villes créatives », stimulant le rayonnement et la visibilité des villes et des territoires ; l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques, 2005) attribue un rôle très important à la culture dans le développement économique local depuis une dizaine d'années. La circulation du modèle de la ville culturelle ou créative passe aussi par l'impulsion donnée par ces organisations internationales, qui établissent les règles d'obtention des labels et favorisent l'inclusion dans des réseaux (le réseau Unesco des villes créatives en est un exemple), qui mettent en compétition les villes d'un même pays (la nomination de la Capitale européenne de la culture), qui encouragent (indirectement) les villes à chercher une hyperspécialisation dans un domaine culturel spécifique (art contemporain, design, arts plastiques, festivals et grands événements, etc.).
- 5 Parallèlement, un corpus grandissant de littérature s'est développé et analyse notamment les mécanismes de fonctionnement de l'économie culturelle et créative (Benhamou, 2011), son rôle dans les villes (Scott, 2010) et les nouvelles formes de gouvernance culturelle urbaine (Guillon, 2015). Il est possible désormais d'identifier différents « modèles » analytiques du développement urbain par la culture. Nous pouvons citer, entre autres, l'approche dite conventionnelle, l'approche des *clusters* et des industries culturelles, le modèle du *cultural planning* ou encore celui de l'occupation culturelle (Grodach et Loukaitou-Sideris, 2007). Ces modèles sont à considérer comme des idéaux-types conçus comme un cadre pour classer/classifier les divers ensembles d'objectifs et activités culturelles municipales (*ibidem*).
- 6 L'imitation des bonnes pratiques, l'impulsion directe et indirecte des organisations supranationales ainsi que le développement d'une littérature scientifique donnant un cadre interprétatif et d'action par la construction de modèles nous amène aux questions suivantes : pourquoi les gouvernements locaux choisissent-ils la culture et la créativité pour développer leurs villes ? Comment traduisent-ils empiriquement ces éléments en actions et politiques ? Nous avançons une double hypothèse :
 - le discours sur la ville créative est adopté, dans les agendas politiques locaux, pour légitimer la mise en place d'actions de développement urbain telles que la construction de quartiers d'affaires, de centres commerciaux, de nouvelles infrastructures, de grands équipements culturels. Le but est de rendre les villes plus attractives pour les entreprises innovantes et pour certaines catégories de population (notamment les cadres supérieurs, les étudiants, les

touristes), afin de renforcer leur compétitivité et leur positionnement au sein de la nouvelle division internationale de la production et de la consommation (Béal et Rousseau, 2014).

- dans la littérature, la notion de ville créative renvoie essentiellement au modèle qui met en avant la classe créative et donc le capital humain comme clé du développement urbain (Florida, 2002 ; Vivant, 2009). Dans les faits, cette notion fait l'objet de compréhensions différentes par les acteurs chargés du développement du territoire. Ceux-ci l'utilisent de manière à recouvrir un ensemble d'actions et de projets qui renvoient, certes, au modèle de la classe créative, mais aussi à d'autres modèles de l'économie de la culture appliquée au développement urbain.
- 7 Nous allons discuter dans cette contribution de trois modèles d'économie de la culture appliquée au développement urbain dans le but de mettre en avant ce qui les différencie. En nous appuyant sur le cas de Saint-Etienne, l'objectif est de comprendre la manière dont les actions propres aux différents modèles sont déclinées en projets et politiques urbains. Nous allons donc mettre l'accent sur la traduction de ces modèles dans l'agenda politique stéphanois ainsi que dans la mise en œuvre des projets urbains.
 - 8 Nous avons choisi de nous focaliser sur l'agglomération de Saint-Etienne car elle cherche à développer une nouvelle image et une nouvelle base économique à travers un projet de reconversion urbaine dans lequel la culture est mise en avant. Cette agglomération, ancien territoire industriel faisant partie des villes en déclin démographique (*shrinking cities*), tente de s'inventer une nouvelle spécialisation économique à travers le développement d'un projet urbain dans un contexte de passage à une économie post-industrielle. L'action publique locale s'inspire de différents modèles de développement par l'économie culturelle, parmi lesquels le concept de *ville créative* semble être aujourd'hui le plus utilisé dans les discours des acteurs locaux.
 - 9 Cet article s'appuie sur une enquête de terrain effectuée entre 2013 et 2015 à Saint-Étienne. Nous avons tout d'abord effectué une revue de la presse locale et analysé plus de 500 articles de différents magazines et journaux locaux et nationaux. Nous nous sommes intéressés également aux documents produits par les collectivités et les acteurs locaux pour la promotion du territoire ainsi que sur les documents stratégiques. Pour mieux comprendre le lien entre l'idée de la *ville créative* et les opérations de développement urbain, nous avons réalisé 26 entretiens avec les acteurs clés du territoire dans le domaine ici traité (adjoint(e)s à la culture, responsables de l'office de tourisme, de la Cité du design, des musées locaux, etc.). Cette enquête de terrain poursuivait plusieurs objectifs parmi lesquels : la reconstruction narrative des principaux projets, culturels comme d'aménagement ; la recomposition des réseaux d'acteurs, publics et privés, impliqués dans ces opérations ; la compréhension de la nature du lien entre le discours sur la *ville créative* et le projet de redéveloppement urbain ayant des caractéristiques plus conventionnelles.

De la crise au développement urbain par la culture

Le contexte territorial

- 10 À partir des années 1960, Saint-Étienne amorce une période de déclin économique en raison de la nature des activités productives qui s'y étaient développées de façon importante depuis le XIX^e siècle, dont certaines étaient soutenues, directement ou indirectement, par l'État : armement, métallurgie, textile, charbonnage, passementerie.

Au cours des années 1970 et 1980, la crise s'accroît avec la fermeture de grandes firmes comme Creusot-Loire, Les Houillères, Thomson, Manufrance et le démantèlement du complexe de la Manufacture Nationale d'Armes. Le déclin économique est la principale cause d'une baisse importante du nombre d'habitants en raison du manque d'emplois. Ainsi, en 1968, la seule ville de Saint-Étienne comptait 223 000 habitants. Or, parallèlement à la fermeture des usines, elle enregistre, entre 1975 et 2008, une perte d'environ 40 000 habitants¹. Cette situation provoque une profonde désorganisation de l'économie locale puisque les sous-traitants étaient dépendants de ces grandes firmes (Le Galès, 2006). On assiste alors à la transformation du tissu économique local avec la formation d'une forte concentration de PME/PMI dans le territoire, résultat d'un processus spontané de réorganisation, conjugué à une action publique spécifique.

- 11 Les élus en charge de la ville pendant les années 1990 ont dû faire face à ces problématiques et ils y répondent par une approche territoriale intégrée du développement. C'est en 1996 que, suite à l'initiative des maires de Saint-Étienne, de Saint-Chamond et de Firminy, est créée la Communauté de Communes de Saint-Étienne, dite « Saint-Étienne Métropole » (Béal, Pinson, 2009). Selon Michel Thiollière² (UMP³), maire de Saint-Etienne et premier président de Saint-Étienne Métropole, les principales missions de la nouvelle structure intercommunale sont la création de nouvelles entreprises, les questions environnementales et l'aménagement du territoire (Entretien avec M. Thiollière, 18/05/15).
- 12 Pour autant, sans être une des prérogatives initiales de l'intercommunalité, la culture fait partie des éléments que les communes décident de mutualiser. Au fil des années, Saint-Étienne Métropole se charge donc du développement de certains équipements culturels clés et soutient la construction de nouveaux bâtiments à destination culturelle⁴. Il est intéressant de remarquer que les équipements culturels soutenus et créés ne sont pas liés au passé industriel et minier du territoire, mais à la contemporanéité. En effet, l'intercommunalité est un des principaux acteurs de la politique de valorisation du design comme outil pour relancer la ville et son agglomération. Cette stratégie de développement portée par le design prend forme au début des années 2000, mais elle trouve ses origines dans les années 1990 à travers une série d'initiatives locales valorisant ce domaine.

Le développement d'une politique de l'économie culturelle

- 13 En 1987, dans un contexte de crise économique, le maire François Dubanchet (UDF) inaugure le Musée d'art moderne de Saint-Étienne, le deuxième en France après le Centre Beaubourg. Le conservateur du Musée d'art moderne de l'époque, Bernard Ceysson, souhaite inclure le design dans les collections du nouveau musée, afin de présenter ce qu'il considère comme un des aspects importants de l'histoire de l'art depuis le XIX^e siècle.
- 14 De son côté, le directeur de l'École Régionale des Beaux-arts de Saint-Etienne, Jacques Bonnaval, développe le département design de l'école avec le post-diplôme *Design et recherche*, le premier de ce type en France. L'École des Beaux-arts organise aussi des cycles de séminaires avec la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) de Saint-Étienne/Montbrison intitulés « Les 5 à 7 design ». Au cours des années 1990, plusieurs initiatives de ce type sont mises en place : conférences, expositions, rencontres pour

créer du lien entre cette école et le milieu économique local. En 1991, l'École des Beaux-arts est aussi un des membres fondateurs du Centre du design Rhône-Alpes, une association dédiée principalement aux entreprises et implantée à Lyon.

- 15 Parallèlement, le design prend une place de plus en plus importante au sein des politiques publiques locales pour le renouvellement urbain et surtout pour améliorer l'image de la ville et son internationalisation. Selon plusieurs enquêtés, c'est à cette période que l'idée d'une manifestation dédiée au design prend forme : « Alors, c'est dans ce contexte-là qu'émerge, suite à l'initiative du directeur de l'École de Beaux-arts de l'époque, l'idée du design, avec une première Biennale qui est faite dans une manière très astucieuse et très populaire. C'est l'époque où on voit le design comme un remplacement de l'idée de modernité » (entretien avec le Directeur du Musée de la mine de Saint-Etienne, 24/05/2013). En 1998, la première Biennale Internationale du Design est lancée et la manifestation enregistre environ 125 000 visites⁵. À l'origine de la manifestation, l'idée était de créer un grand événement porteur d'une nouvelle image de la ville et de l'agglomération. Suite à la réussite de la première édition, la ville de Saint-Étienne et Saint-Étienne Métropole décident de travailler sur le thème du design pour en faire un vecteur du changement d'image et contribuer au regain d'attractivité de l'agglomération⁶. Cette volonté se concrétise en 2005, quand l'EPCC (Établissement Public de Coopération Culturelle) de la Cité du design est créé pour constituer un lieu permanent entièrement dédié au design. Avec un budget total d'environ 40 M€, la Cité du design s'installe dans une partie du site de la Manufacture Nationales d'Armes, dans le quartier Manufacture. Le lien avec les entreprises est recherché et représente un axe important de cet établissement depuis sa création.
- 16 Certes, la politique de l'économie culturelle de Saint-Etienne s'articule depuis une quinzaine d'années autour du design comme principal pivot mais la politique économique urbaine est plus complexe. En particulier, un véritable tournant s'est produit ensuite avec l'EPASE (Établissement Public d'aménagement de Saint-Etienne). Il s'agit d'un établissement d'État, décentralisé et actif depuis 2007. Au total, les acteurs publics ont apporté 120 M€ dans le cadre du Contrat de Plan État-Région (CPER) Rhône-Alpes 2007-2014, tandis que 80 M€ sont attribués à l'EPA sur la période 2015-2020 dans le cadre du même contrat. L'EPASE est un établissement à la fois opérateur et aménageur et conduit « [...] un ambitieux projet urbain : développement économique et attractivité résidentielle y occupent une place centrale, au service du rebond stéphanois »⁷. Il peut intervenir sur l'ensemble de son périmètre d'action, qui s'étend sur cinq grandes aires urbaines⁸.
- 17 L'EPASE est en charge du développement économique et de l'attractivité résidentielle de quatre quartiers clés de la ville : le quartier de la gare, qui abritera un centre d'affaires ; une partie du centre-ville, pour lequel la priorité est l'amélioration des espaces publics et de la qualité du bâti ; Pont-de-l'Âne Monthieu pour le commerce et des nouveaux logements ; Manufacture-Plaine Achille qui est identifié comme quartier créatif et dont nous allons traiter dans cette contribution. Les politiques culturelles représentent donc une partie seulement de la stratégie économique locale, elles sont transversales et fonctionnelles à ce projet. Le discours sur la ville créative est mobilisé pour légitimer un ensemble d'actions de politique économique qui cachent l'application de schémas de développement *mainstreams*. À Saint-Etienne, l'adoption et l'adaptation de trois modèles d'économie de la culture renvoie donc à des finalités autres, parmi

lesquelles la dynamisation du secteur immobilier, l'attractivité, la compétitivité, l'internationalisation.

Saint-Étienne au prisme de trois modèles d'économie culturelle

- 18 Les lignes qui suivent ont pour but est de déterminer les principales idées, actions et stratégies propres à chaque modèle de développement urbain par la culture et de « tester » ces modèles au prisme du cas de Saint-Etienne afin de vérifier nos hypothèses. Nous allons toutefois montrer que, si cette opération de distinction est possible analytiquement, la traduction empirique de ces modèles par les acteurs locaux n'a pas été « orthodoxe » au regard du contexte évoqué dans cet article.
- 19 À l'aide de la littérature, nous allons discuter de trois modèles analytiques de développement local par la culture: le *modèle conventionnel* ; le modèle de la *classe créative* ; le modèle du *cluster culturel*. D'autres modèles peuvent être reconnus dans la littérature internationale, comme ceux du *cultural planning* (Evans, 2001) ou le modèle de la *ville post-créative* (Miles, 2013) mais nous avons choisi de nous concentrer sur les trois premiers car les acteurs locaux semblent s'en être largement inspirés.
- 20 En effet, les modèles de développement urbain par la valorisation de l'économie de la culture sont souvent empruntés par les gouvernements locaux et réunis sous le discours de la ville créative. De manière synthétique, le *modèle conventionnel* souligne l'importance de projets « phares » et de la qualité de la vie en tant qu'éléments permettant la création d'une bonne ambiance pour le business. À l'inverse, dans l'approche de la *classe créative*, l'élément clé est la dite classe créative car l'innovation est induite principalement par le capital humain. Enfin, l'économie des *clusters créatifs* met au centre de la réflexion les industries créatives et les conditions favorables à leur développement, c'est-à-dire les externalités positives engendrées par le rapprochement sur un même site d'établissements appartenant à une même filière.

Le modèle conventionnel

- 21 Parmi les modèles de développement urbain par la culture, celui dit « conventionnel » est le plus « ancien », dans la pratique comme dans la littérature. L'introduction de la culture comme élément fonctionnel à l'économie urbaine trouve ses origines au début des années 1980, quand certaines villes en Europe et aux États-Unis, notamment celles faisant l'expérience de la désindustrialisation et de la baisse démographique, décident de se concentrer sur certains points parmi lesquels : 1) la requalification des centres-villes en déclin et l'amélioration du cadre de vie (Bianchini et Parkinson, 1993) ; 2) l'édification de bâtiments emblématiques, ainsi que des grandes manifestations culturelles (Johansson et Kociatkiewicz, 2014) ; 3) les grands événements culturels. Ces actions ont pour but la création d'une bonne ambiance urbaine apte à attirer entreprises et investissements, ainsi que des touristes : Evans (2003) note que tels projets sont utilisés pour renforcer le statut et l'« image de marque » de la ville, notamment à l'extérieur, tandis que Scott (2010) met en évidence les limites rencontrées par les décideurs locaux à toute tentative de construire des villes créatives.

- 22 Cette tentative est menée à Saint-Etienne en différentes étapes. Dans cette ville, si les années 1980 sont caractérisées par des politiques de relance de l'économie à travers notamment la stratégie dite du crédit-bail (la mairie prend en charge la réhabilitation des friches et les loue à des prix avantageux), les années 1990 marquent un tournant dans les politiques urbaines qui mettent au centre de leur action l'aménagement de la ville. Dans un entretien [5 mai 2015], l'ancien maire de Saint-Etienne M. Thiollière explique que ces actions ont été inspirées par les grandes opérations urbaines qui avaient déjà été conduites dans des anciennes villes industrielles, notamment à Bilbao et à Glasgow, ainsi que par d'autres qui étaient en cours, comme à Montpellier. L'acteur principal de cette première phase du renouveau urbain est donc la municipalité, qui engage des interventions urbaines importantes visant à améliorer la visibilité et la qualité de vie de la ville et notamment de ses quartiers centraux.
- 23 À Saint-Etienne, il était urgent de tourner la page de la « ville noire », image présente pendant longtemps (Gay, 2012) et que la ville a encore du mal à surmonter (Rousseau, 2008)⁹. La mise en valeur de la ville est passée par la reconversion de certaines friches, par la requalification du centre-ville et par la construction de bâtiments emblématiques. En 1992, M. Thiollière¹⁰ décide d'impliquer Ricardo Bofill, un architecte de renommée internationale, dans la conception d'un master plan pour le centre-ville de Saint-Étienne. L'intervention d'une star internationale de l'architecture représente une action assez courante dans les projets de requalification des villes car elle est censée augmenter la notoriété et l'ouverture de la ville à l'international. Le recours à l'international et l'imitation de bonnes pratiques sont les caractéristiques principales de l'action politique de M. Thiollière (Béal, Pinson, 2009).
- 24 Pendant les années 1990, la municipalité cherchait aussi à développer à Saint-Étienne un grand événement culturel pouvant « faire parler » de la ville. Suite à des voyages aux États-Unis, le maire, M. Thiollière, avait lancé en 1995 la manifestation « Art dans la ville » suivant l'exemple de certaines villes nord-américaines, mais c'est la Biennale internationale du design qui a le plus marqué cette période. La première édition de cette manifestation s'est déroulée en 1998 et c'est à partir de ce moment que le design est devenu le fil conducteur du projet de ville créative.
- 25 Le second mandat de M. Thiollière (2001 - 2008) est marqué par la mise en œuvre de certains signes forts d'architecture. Certains bâtiments publics ont été signés par des architectes de renommée internationale, tels que Rudy Ricciotti (Maison de l'emploi, 2005), Norman Foster (Zénith de Saint-Etienne, terminé en 2008), Finn Geipel et Giulia Andi (Cité du design, 2009), Manuelle Gautrand (la Cité administrative, 2010). Tous ces projets ont été soutenus notamment par Saint-Etienne Métropole, qui s'inscrit comme acteur principal dans les démarches de rénovation urbaine et d'attractivité du territoire.
- 26 La réalisation de ces projets architecturaux et de ces manifestations, pour la plupart publics, offre aux collectivités publiques des opportunités en termes de marketing territorial et d'obtention de labels attribués par les organismes nationaux et internationaux. La politique patrimoniale visant à valoriser un certain nombre de friches est à la base de l'obtention en 2000 du label national « Villes d'art et d'histoire ». Saint-Étienne fait aussi partie du réseau Unesco des villes créatives depuis 2011 dans la section *design*. Dans le dossier officiel de candidature de la ville à ce réseau en 2009, l'accent est mis notamment sur la reconversion des friches en espaces de création et de culture : « le choix de parier sur l'attractivité et la qualité de vie de la métropole s'est

concrétisé avec des projets architecturaux visant à donner à la ville une visibilité nationale et internationale par la notoriété d'architectes et d'urbanistes ». Mais selon les acteurs du design que nous avons interrogés, l'appartenance à ce réseau Unesco n'est pas assez mise en valeur : elle se limite à quelques réunions annuelles avec les autres villes et peu de ressources et d'événements sont liés à sa valorisation.

- 27 Une autre opération importante a été entreprise par l'ANRU, (Agence nationale de rénovation urbaine) pour améliorer les conditions de logement des quartiers du centre-ville. Au total, il avait été prévu 210 M€ pour les travaux, dont 60 M€ ont été fournis par l'ANRU. Le projet comprenait la démolition de 600 logements et leur reconstruction en cinq ans. Il entendait reprendre le programme déjà lancé quelques années auparavant dans le cadre des Grands Projets de Ville, une opération de coopération entre l'État, la métropole et la Caisse de dépôt voulue par l'administration de Saint-Etienne au début des années 2000. Ce type d'intervention urbaine repose sur l'hypothèse que les processus de renouvellement de l'habitat des quartiers anciens de Saint-Etienne s'apparentent à des politiques de gentrification (Miot, 2013).
- 28 Ces associations entre équipement culturel, obtention de labels, internationalisation par des grands événements et par l'adhésion aux réseaux urbains, rénovation (partielle) du centre-ville pour améliorer la qualité de vie, sont des actions propres au modèle conventionnel de ville créative, qui donne aux acteurs locaux chargés du développement des éléments à mobiliser : à savoir, une ville dynamique, une ville en transformation afin de convaincre les populations aisées de revenir en centre-ville.

Le modèle de la classe créative

- 29 La question de l'attraction des populations « riches » en termes de capitaux (culturel, économique et social) est au cœur de la notion de *ville créative*, apparue pour la première fois vers la fin des années 1980 dans les travaux de Charles Landry et formalisée en 1995 dans l'ouvrage *The Creative City*¹¹. Pour relancer l'économie des villes notamment anciennement industrielles, Landry et Bianchini (1995, p. 17) préconisent de recourir à la créativité comme « alternative à la pensée instrumentale, rationnelle et analytique » des anciens paradigmes de développement urbain et de s'ouvrir davantage à la culture comme ressource à valoriser.
- 30 Le modèle de la *ville créative*, développé dans l'ouvrage *The creative city: a toolkit for urban innovators* (Landry, 2000), est rapidement devenu célèbre dans le contexte urbain anglo-saxon au début des années 2000. L'auteur fait le constat que les villes tendent naturellement à être les lieux où les grandes institutions culturelles et les réseaux de musées, librairies, galeries, universités se concentrent. Il affirme que cette concentration est fondamentale pour le développement des *milieux créatifs* et des « *soft infrastructures* », c'est-à-dire « [...] du système d'établissements et des réseaux sociaux, des relations et interactions humaines, qui soutient et encourage le flux d'idées entre les individus et les institutions » (Landry, 2000, p. 133).
- 31 Les coûts de production étant de moins en moins importants dans l'économie postindustrielle, le développement économique est induit par le capital humain, notamment par la présence de la catégorie de professionnels dite des « créatifs », source à la fois d'innovation technologique et de richesse. La classe créative (Florida, 2002 ; 2005) serait composée d'individus ayant un niveau d'étude élevé, étant géographiquement mobiles et exerçant une capacité créative et d'innovation dans le

cadre de leurs métiers¹². Selon E. Vivant (2006, p. 2) : « [...] la notion de classe créative n'est pas qu'une question de catégories socioprofessionnelles ; c'est aussi un état d'esprit. Lorsqu'il parle de créativité, il entend toute forme possible de créativité (économique et financière, artistique et culturelle, technologique et industrielle, sociale et sociétale) qui interagiraient et se nourriraient les unes les autres ». Clark (2003) contribue à renforcer cette thèse en affirmant que le modèle à utiliser pour expliquer le développement des villes est celui de la ville comme « machine de loisirs » : la perte des impacts des activités industrielles, notamment de l'industrie lourde, dans les dynamiques de développement urbain est suivie d'une montée en puissance de la ville comme espace de consommation et de production de biens immatériels et symboliques.

- 32 Les travaux de Landry et Florida ont eu une grande influence sur la formulation des stratégies de développement de nombreuses villes et métropoles dans le monde entier et ils ont constitué dans plusieurs cas un véritable « guide » du développement local pour les élus et les développeurs économiques locaux, étant donné la simplicité de l'opérationnalisation des concepts et la formalisation d'indices comme le *Bohemian Index*, censé mesurer l'attractivité des villes et leur hiérarchie.
- 33 Des critiques de ce modèle de développement ont rapidement été avancées par divers sociologues et politistes, en France (Bourdin, 2005 ; Vivant, 2009) comme ailleurs (Peck, 2005). Elles se concentrent notamment sur la production d'inégalités sociales et économiques induites par l'application de ce modèle (Storper et Scott, 2009) qui déclenche des processus de gentrification et se focalise sur certaines aires urbaines, notamment sur les centres-villes (Sala Pala et Morel Journal, 2011 ; Ponzini et Rossi, 2010).
- 34 L'exemple de Saint-Étienne montre que l'action publique s'est orientée vers ce modèle de façon plus explicite à partir de la fin des années 2000. La municipalité stéphanoise a commandité en 2007 une étude sur la dite classe créative à Saint-Étienne, les techniciens de la ville et de la métropole étant sensibilisés suite à une conférence sur ce thème à l'Université Jean Monnet. Ensuite, l'EPASE semble prendre le relais de cette idée/démarche et adopte ce discours notamment dans la zone de Manufacture-Plaine Achille, choisie pour y développer un quartier créatif. Le projet prévoit la conversion de l'ancienne Manufacture d'armes de Saint-Étienne et le réaménagement de la Plaine Achille, deux anciennes zones industrielles séparées par une voie ferrée. La zone s'étend sur 107 hectares et concentre aujourd'hui un ensemble d'établissements comme une pépinière d'entreprises, la Cité du Design, l'École Supérieure Nationale d'Arts et de Design (ESADSE), la plateforme International Rhône-Alpes Médias (IRAM), le pôle Optique Vision, la scène de musiques actuelles du Fil, le Zénith et, à partir de 2016, le théâtre et l'école d'arts dramatiques de la Comédie de Saint-Étienne ainsi que le Centre des Savoirs pour l'Innovation.
- 35 Le principal objectif de l'EPASE est de dynamiser le marché immobilier à travers la réalisation de biens et de services qui correspondent à la demande potentielle d'une supposée classe créative. Selon un récent rapport de l'INSEE (2015), les communes périphériques sont pour la plupart habitées par des familles de classes moyennes et présentent un profil social homogène, avec des taux de précarité très faibles. En effet, les couples avec enfants préfèrent s'installer dans la petite couronne, afin de bénéficier d'une maison avec jardin. À Saint-Étienne, les situations de précarité sont plus nombreuses dans les quartiers les plus peuplés et notamment dans certains secteurs du centre-ville, où les surfaces disponibles sont moins importantes. La Manufacture Plaine

Achille constitue donc un véritable outil de marketing pour attirer ces populations préférant la petite couronne au centre-ville. En effet, l'EPASE utilise ce projet pour servir un certain discours et une certaine image de Saint-Étienne, orientés vers la *classe créative*. Ainsi, conformément aux thèses développées par R. Florida, l'EPASE entend mettre en place un ensemble de services à destination de la « classe créative », permettant alors de vendre Saint-Etienne à l'extérieur comme une ville dynamique, innovante, créative. Le projet Manufacture Plaine Achille a donc un « effet vitrine », il peut constituer une porte d'entrée pour cette population et des entreprises. Nous pouvons constater l'artificialité de cette démarche et l'inexistence d'une classe créative stéphanoise selon les critères identifiés par Florida. Rousseau (2008) expliquait que ses thèses : « ne fonctionnent clairement pas à Saint-Étienne (car) non seulement l'apport réel à l'économie locale est discutable, mais leurs valeurs, hétérogènes, ne permettent pas de les considérer comme un groupe social homogène ». Ceci nous emmène à examiner l'importance de l'instrumentalisation des modèles de développement urbain. Comme le souligne un enquêté chargé du développement urbain : « il faut un discours à un moment donné pour justifier son action, pour la légitimer. C'est mieux si ce discours a un rapport avec l'action mais ça ne veut pas dire que si on change de discours on change d'action. À un moment, c'est que du marketing territorial. » (Entretien, 25 février 2015). Légitimer l'action de l'EPASE sur ce quartier veut dire rendre cette action acceptable aux yeux de la population stéphanoise, mais aussi offrir un récit permettant de vendre les actifs immobiliers en construction en les rendant attractifs et à la mode. C'est pourquoi, le projet de redéveloppement des villes par la culture s'appuie généralement sur l'histoire locale, sur une identité locale qui fait sens et consensus mais aussi sur la célébrité du modèle que l'on a décidé d'adopter.

- 36 Dans le cas de Saint-Étienne, le design devait constituer l'élément fédérateur en raison de son histoire manufacturière (du moins dans les discours officiels) et de la présence de la Cité du Design, au cœur du quartier Manufacture Plaine Achille. Pour autant, il est nécessaire de souligner que, dans cet exemple, la culture n'est qu'un outil dédié au développement économique de la ville et non la finalité du projet. En effet, selon les termes d'un enquêté : « si par exemple dans trois ans le design n'est plus à la mode, et que pour atteindre ces objectifs de création d'emplois, développement de l'activité dans les nouvelles technologies, il faut se mettre sur les médias, on se mettra sur les médias quoi ! C'est pragmatique ! (...) Simplement, au lieu de dire qu'ici on est dans le quartier du design, on dira qu'on est dans le quartier des médias par exemple. Mais ce sera les mêmes gens qui seront là et on continuera à faire la même chose, à vendre le même genre de produits immobiliers ».

Le modèle du *cluster culturel*

- 37 À la thèse de la classe créative de Florida s'opposent en partie les modèles qui placent le territoire comme facteur générateur de l'innovation, par exemple la théorie des *milieux innovateurs* de Philippe Auyalot (Camagni, 1991 ; Darchen et Tremblay, 2007) ou celle des *clusters culturels* de Michael Porter (1998). Ce dernier modèle, que nous évoquons ci-dessous, met au centre, non pas la créativité ou l'*homo creativus* de R. Florida, mais la création d'un écosystème favorable à l'innovation principalement grâce à la concentration sur un périmètre restreint d'industries créatives et à leurs relations.

- 38 Les premières expériences de réalisation volontariste de *clusters* d'activités des industries culturelles ont été promues au Royaume-Uni à partir des années 1980 par le Ministère des Médias, de la Culture et des Sports (DCMS, 2001 ; Lusso, 2015). Les actions propres à ce modèle concernent la réhabilitation des zones urbaines en déclin à travers la promotion et la concentration d'activités de production et de consommation de produits liés aux loisirs, à la culture et à la créativité telles que les théâtres, les cinémas, les musées d'art contemporain, les expositions, les bibliothèques, ainsi que les services d'accueil, la restauration, etc. (Sechi, 2013). De façon générale, dans ce modèle, l'accent est mis sur les liens entre les entreprises et les institutions publiques et privées, sur l'émergence de compétences territorialisées, sur l'existence de sources spécifiques d'avantage compétitif (Porter, 1998). Le noyau du *cluster* est sa propension à l'innovation, facilitée par l'organisation de ce contexte particulier. En effet, pour fonctionner les *clusters* : « [...] doivent s'appuyer sur les caractéristiques du territoire au sein desquels ils se développent (spécialisations passées, patrimoine existant, ressources des populations, potentiel technologique) et tenir compte des effets de seuil. Les pouvoirs publics doivent également accompagner la structuration territoriale des organisations des secteurs créatifs en facilitant le dialogue entre les acteurs (organisations et individus) par des dispositifs spécifiques et en développant des politiques de soutien appropriées » (Sagot-Duvauroux, 2014, p. 5). Les villes appliquent ce modèle en suivant davantage les expériences concrètes, les « bonnes pratiques », que des principes théoriques (Evans, 2009). Les exemples les plus célèbres sont le *cluster* de la haute-technologie de la Silicon Valley, les districts de la mode de Paris et Milan ou encore le *cluster* cinématographique d'Hollywood.
- 39 Le modèle du *cluster* culturel semble être reproduit à Saint-Etienne dans le projet de l'EPASE du quartier créatif Manufacture Plaine Achille évoqué précédemment. En effet, à travers ce projet, cet établissement poursuit la volonté de concentrer un certain nombre de lieux de production et de consommation de produits dits culturels. Ce projet vise à créer un environnement créatif qui facilite l'innovation en s'appuyant sur le lien entre l'enseignement, la recherche et le monde des industries créatives. Dans une interview, l'ancien directeur de l'EPASE, Nicolas Ferrand, explique que « l'ambition est de créer sur Plaine Achille-un nouveau pôle urbain, avec un grand campus urbain et un centre de création, où vont coexister des activités, des étudiants, des chercheurs économiques et culturels, et les nouveaux résidents ». Le projet prévoit aussi la réalisation de nouveaux logements. L'objectif reste celui de la multifonctionnalité, mais les activités culturelles devraient être le fil conducteur. Dans ce quartier, se trouvent le site de la Manufacture et quelques bâtiments adjacents, qui abritent de nombreuses entreprises (dans des secteurs divers : multimédia, optique, traitement de surface, etc.). De l'autre côté du chemin de fer, la concentration d'établissements culturels est plus importante avec le Zenith, qui a ouvert en 2007 et qui peut accueillir environ 7 000 spectateurs ; Le Fil, salle de concert de musique contemporaine et atelier de musique ; le Parc Expo, où sont souvent organisées des manifestations culturelles ; la Nouvelle Comédie.
- 40 La reproduction de ce modèle n'est pas évoquée directement par les aménageurs de l'EPASE, mais un certain nombre d'éléments et l'utilisation d'un discours qui emprunte différentes notions de cette approche laissent penser que ce projet s'en inspire. Nous allons donc nous intéresser à présent aux dimensions urbanistiques de ce projet d'aménagement et à son organisation afin de « mesurer » sa correspondance avec le

modèle du *cluster*. Le récit de l'EPASE est résumé dans cet extrait du site internet : « Manufacture Plaine-Achille. Un quartier unique dédié à la créativité et à l'innovation. À Saint-Étienne, c'est le quartier de l'économie créative et de l'innovation. Un écosystème vibrant de dynamisme, dans lequel il fait bon vivre, travailler, inventer et échanger. Toutes les fonctions de la ville contemporaine prennent place avec facilité et plaisir : la culture, l'université et les médias côtoient la recherche, l'enseignement scolaire et les espaces de co-working » (www.epase.fr). Les notions d' « écosystème », d' « économie créative », d' « innovation », sont évoquées dans cette définition du quartier créatif de Saint-Étienne et elles font aussi partie du vocabulaire de la littérature scientifique sur le *cluster*. En outre, l'enracinement dans le territoire est recherché en mettant en avant le *design*. En effet, même si la discipline *design* naît officiellement au XX^e siècle, le discours politique et marketing produit localement considère que les industries stéphanoises ont été à la base de beaucoup de conceptions d'objets. Selon les documents officiels de promotion du territoire et les élus locaux interrogés, les musées de la ville témoignent d'une activité industrielle qui intègre déjà, sans l'explicitier, le *design* en tant que valeur intégrée aux produits. En particulier, le Musée d'art et d'industrie de Saint-Étienne affirme l'enracinement historique du *design* dans le territoire à travers l'activité de conservation d'objets industriels produits localement. Les collections historiques d'armes, de cycles, de rubans notamment sont identifiées comme des éléments de liaison entre les arts appliqués et l'industrie. Cela participe aussi à la justification d'un tel projet vis-à-vis de la population locale, malgré le fait que : « [...] les gens ne le comprennent pas encore le *design*, y compris les gens à Saint-Étienne hein ! Cette espèce d'art décoratif, de valeur ajoutée finale » (Chargé du développement économique de l'EPASE, 25/02 :15).

- 41 Par ailleurs, le modèle du *cluster culturel* est imité à Saint-Étienne sans tenir compte d'un élément très important traité dans la littérature depuis les études d'A. Marshall à la fin du XIX^e siècle, c'est-à-dire de l'effet d'agglomération. Pour Cooke et Lazzarretti (2008), la condition principale pour qu'un *cluster* puisse fonctionner est le développement d'une « atmosphère culturelle », engendrée notamment par la présence d'un nombre assez important d'entreprises, d'institutions, de musées traitant de la consommation et de la production de culture ; la dimension urbaine du *cluster*/quartier ; l'organisation et l'intégration dans l'écosystème local. Dans le projet de l'EPASE, certaines de ces conditions suscitant la création de cette ambiance ne sont pas remplies. En effet, il ne suffit pas de juxtaposer un ensemble d'établissements et d'acteurs culturels pour créer du lien et favoriser l'effervescence de cet écosystème. En outre, le quartier Manufacture-Plaine Achille est caractérisé par sa densité particulièrement faible et une coupure physique nette due à la traversée ferroviaire. Cet aspect trop important pour être traité ici nécessiterait un approfondissement ultérieur, qui devra inclure une réflexion plus vaste et fouillée de la question des *clusters créatifs*.
- 42 De manière plus générale, Flew (2013, p. 2) affirme que : « la notion de *cluster créatif* se prête bien aux stratégies de régénération urbaine par la culture [...] stimulées par l'Union Européenne à travers des initiatives comme la Capitale européenne de la culture ». En effet, les gouvernements locaux regardent de plus en plus ce modèle pour obtenir un soutien financier pour la réalisation des projets, pour « justifier » ces projets vis-à-vis de la population locale et pour trouver une place dans l'économie globalisée.

Conclusion : la *ville créative* au croisement de ces trois modèles ?

- 43 L'introduction évoquait deux questions qui ont constitué le fil conducteur de cet article : pourquoi les gouvernements locaux choisissent-ils la culture et la créativité pour développer leurs villes ? Comment traduisent-ils empiriquement ces éléments en actions et en politiques ? À travers l'exemple de Saint-Étienne, nous avons brièvement retracé le passage à l'économie postindustrielle d'une ville qui cherche à se redévelopper grâce à la culture. La littérature scientifique traite largement de cette question, en mettant souvent en avant l'instrumentalisation de la culture par les acteurs locaux pour atteindre des finalités autres : attirer des nouvelles populations et entreprises, changer l'image du territoire, renforcer son attractivité et sa compétitivité, le positionner à l'international. La question générale porte sur les jeux d'influence et de pouvoir qui se dessinent derrière la production et la circulation de ces modèles urbains, et le cas de Saint-Étienne montre que les acteurs publics locaux ont considéré ce processus capable d'accroître la compétitivité urbaine dans différents secteurs. Notre enquête nous amène à affirmer que la circulation de ces modèles semble donc en lien direct avec le fait que le recours au discours de *ville créative*, et au succès qui lui est associé, légitime et facilite l'application de schémas de développement urbain néolibéral. Au niveau plus strictement scientifique, nous pensons important de spécifier les principes sur lesquels les différents modèles reposent car le modèle de la classe créative est un indicateur parmi d'autres du concept de *ville créative*.
- 44 Ce travail a aussi accordé une attention particulière aux raisons pour lesquelles les villes, notamment celles en crise, adoptent le discours de la ville créative dans les projets de reconversion urbaine et à la façon dont les villes adaptent localement les différents approches de l'économie culturelle. Ceci permet de montrer les dessous du concept de ville créative : dans la pratique, il est, d'une part, un discours fortement instrumentalisé par les acteurs publics pour légitimer certains projets de développement urbain conventionnels ; d'autre part, il est le résultat de la mobilisation de différents modèles de l'économie créative.

BIBLIOGRAPHY

Béal V., Rousseau M., 2014. Alterpolitiques! *Métropoles* [En ligne], 15 | 2014, mis en ligne le 15 décembre 2014, consulté le 29 avril 2016. <http://metropoles.revues.org/4948>

Béal V., Pinson G., 2009. Du petit chose au « 5th best mayor in the world ». Un maire urbain entre stratégies de légitimation et recherche de ressources pour l'action. *Pôle Sud* 1/2009, n° 30, p. 7-29. [en ligne] www.cairn.info/revue-pole-sud-2009-1-page-7.htm.

Benhamou F., 2011. *L'économie de la culture*. Paris, La Découverte, coll. Repères, 128 p.

Bernert E., Axel GG., 2015. Saint-Étienne Métropole : la précarité concentrée dans les centres villes. *Insee Analyses Rhône-Alpes*, n° 20, février 2015.

- Bianchini F., Parkinson M., 1993. *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*. Manchester, Manchester University Press, 225 p.
- Bourdin A., 2005. La classe créative existe-t-elle ? *Revue Urbanisme*, Dossier La Ville Marketing, n° 344. <http://www.urbanisme.fr/la-ville-marketing/sommaire-344>
- Camagni R., 1991. Introduction: from the Local « milieu » to Innovation through Cooperation Networks. In Camagni, R. (dir.), *Innovation Networks, Spatial Perspectives, GREMI III*, London, Belhaven Press, p. 1-9.
- Clark, T.-N., 2003. The City as an Entertainment Machine. *Research in Urban Policy*. Vol. 9, Amsterdam, Elsevier – JAI Press.
- Cooke P., Lazzeretti L., 2008, *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Cheltenham, Edward Edgar Publishing, 384 p.
- Darchen S., Tremblay D.G., 2007. La thèse de la « classe créative » : son incidence sur l'analyse des facteurs d'attraction et de la compétitivité urbaine. *Revue Interventions Economiques* [En ligne], 37 | 2008, mis en ligne le 01 février 2008, consulté le 10 décembre 2015. <http://interventionseconomiques.revues.org/503>
- DCMS, 2001. *Creative Industries Mapping Documents*. UK, Department for Culture, Media & Sport [En ligne] <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- Devisme L., Dumont M., Rey E., 2007. Le jeu des « bonnes pratiques » dans les opérations urbaines, entre normes et fabrique locale. *Espaces et sociétés*, 2007/4 n° 131, p. 15-31.
- Didier S., Peyroux E., Morange M., 2012. The spreading of the City Improvement District model in Johannesburg and Cape Town: Urban regeneration and the neoliberal agenda in South Africa. *The International Journal of Urban and Regional Research*, 36 (5), p. 915-935.
- Evans G., 2009. Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies*, Vol. 46, n° 6, p 1003-1040.
- Evans G., 2001. *Cultural Planning: An Urban Renaissance?* Routledge, London and New York, 352 p.
- Flew T., 2013. *Creative industries and urban développement. Creative cities in the 21st century*. Routledge, London and New York, 82 p.
- Florida R., 2002. *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York, 512 p.
- Garcia B., 2004. Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities : Lessons from Experience, Prospects for the Future. *Local Economy*, Vol. 19, N° 4, p. 312-326.
- Gay G., 2012. L'impossible palimpseste industriel. *L'Archéologie industrielles en France*, Vol. 61, p. 11-18.
- Grandi R., 2010. Le città creative. *Il Mulino*, 6/2010, p. 1037-1044.
- Grodach C., Loukaitou-Sideris A., 2007. Cultural development strategies and urban revitalization. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 13, Issue 4, p. 349-370.
- Guillon V., 2015. Gouvernance culturelle et nouveaux « mondes » de l'action publique urbaine. In Roy-Valex M., Bellavance G., 2015. *Arts et territoires à l'ère du développement durable. Vers une nouvelle économie culturelle ?* Laval, Presse de l'Université Laval, p. 57-79.
- Johansson M., Kociatkiewicz J., 2011. City Festivals: Creativity and Control in Staged Urban Experiences. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 18(4), p. 392-405.

- Landry C., 2000. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London, Earthscan, 300 p.
- Landry C., Bianchini, F., 1995. *The creative city*. London, Demos, 60 p.
- Le Galès P., 2006. La restructuration des PMI à Saint-Étienne après la crise : traces du passé et limites de l'intégration horizontale. *Sociologie du travail*, 48, 1, p. 17-36.
- Lusso B. 2015. Régénération culturelle et développement de clusters créatifs : l'exemple de l'agglomération du Grand Manchester. *Géographie, économie, société*. 1/2015, Vol. 17, p. 3-24.
- Marjana J., Kociatkiewicz J., 2011. City festivals: creativity and control in staged urban experiences. *European Urban and Regional Studies*, October, Vol. 18, p. 392-405.
- Masbounji A., 2001. *Bilbao, la culture comme projet de ville*. Paris, Éditions de la Villette, 130 p.
- Miles M., 2013. A post-creative city ?, *RCCS Annual Review*, Vol. 5, p. 123-139.
- Miot Y., 2013. Renouveler l'habitat des quartiers anciens dans le cadre de la « Politique de la Ville » : la gentrification comme horizon ? – Les exemples de Mulhouse, Roubaix et Saint-Etienne. *Métropoles* [En ligne], 13 | 2013, mis en ligne le 10 janvier 2014, consulté le 10 décembre 2015. <http://metropoles.revues.org/4777>
- Morel Journal C., Sala Pala V., 2011. Le peuplement, catégorie montante des politiques urbaines néolibérales ? Le cas de Saint-Etienne. *Métropoles* [En ligne], 10 | 2011, mis en ligne le 15 mai 2012, consulté le 8 décembre 2015. <http://metropoles.revues.org/4536>
- Peck J., 2005. Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 29.4, p. 740-770.
- Ponzini, D., Rossi U., 2010. Becoming a creative city: the entrepreneurial mayor, network politics and the promise of an urban renaissance. *Urban Studies*, 47.5, p.1037-1057.
- Porter M., 1998. *Cluster and the new economics of competition*. Harvard Business Review, November-December, p. 77-90.
- Porter L., Shaw K. (Eds.), 2013. *Whose Urban Renaissance? An international comparison of urban regeneration strategies*. London and New York, Routledge, 320 p.
- Rousseau M., 2008. Richard Florida in Saint-Étienne ? Sociologie de la « classe créative » stéphanoise. *Les annales de la recherche urbaine*, n° 105, octobre.
- Roy-Valex M., Bellavance G., 2015. Arts et territoires à l'ère du développement durable. Vers une nouvelle économie culturelle ? Laval, Presse de l'Université Laval, 375 p.
- Sagot-Duvauroux D., 2014. *Du cluster créatif à la ville créative, fondements économiques. Les territoires de collaboration*. Actes du Forum de l'Innovation Culturelle, Pôle Industries culturelles et patrimoine.
- Scott A.-J., 2010. Cultural economy and the creative field of the city. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, Vol. 92 (2), p. 115-130.
- Sechi G., 2013. Città e distretti culturali: il caso di Rovereto. *Sviluppo Locale*, 41 (2), p. 73-93.
- Storper M., Scott A., 2009. Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of economy geography*, Vol. 9, n° 1, p. 147-167.
- Vivant, E. 2009. *Qu'est-ce que la ville créative ?* Paris, PUF, 96 p.
- Vivant, E., 2006. La classe créative existe-t-elle? Discussion des thèses de Richard Florida. *Les Annales de la Recherche Urbaine, Plan Urbanisme - Construction - Architecture*, p. 155- 161.

NOTES

1. Source : Insee, recensements de la population.
2. Sénateur de la Loire (2001-2008) ; Adjoint à l'urbanisme de Saint-Étienne (1989-1994) ; Maire de Saint-Étienne (1994-2008) ; Président de Saint-Étienne Métropole (1995-2008)
3. Union pour un Mouvement Populaire, puis Les Républicains (depuis 2015).
4. Notamment, le Musée d'art moderne, le Zénith, la Cité du design. <http://www.agglo-st-etienne.fr/plus-pres-de-vous/vos-loisirs/grands-equipements/>
5. Cet événement est piloté par la Ville et l'École des Beaux-arts, en collaboration avec le Centre du design Rhône-Alpes de Lyon.
6. « Saint-Étienne capitale du design ? » *Urbanisme*, septembre-octobre 2000.
7. www.epase.fr
8. Il s'agit de Châteaureux, Manufacture-Plaine Achille, Pont de l'Ane Monthieu, Jacquard, Ursules-Cœur-de-Ville.
9. Dans un article du Monde « À Saint-Etienne, le centre-ville miné par la pauvreté », du 8 décembre 2014, la ville est définie comme « Capitale des taudis ».
10. Adjoint à l'urbanisme (1983-1994) et maire de Saint-Etienne de 1994 à 2008.
11. Landry C., Bianchini F. 1995. *The creative city*. London, Demos, 60 p.
12. Florida (2002) fait la distinction entre : le *Super-Creative Core*, ceux qui sont impliqués dans la création des nouvelles choses et parmi lesquels on trouve les scientifiques, les chercheurs, les ingénieurs, les artistes, les architectes, etc. et ; le *Professional Core*, où l'on trouve des professionnels comme les économistes, les juristes, les médecins, etc. (Vivant, 2006).

ABSTRACTS

Why do local governments choose culture and creativity to develop cities? How do they translate empirical models of cultural economy development into policies and projects? The convergence of cultural renewal strategies is encouraged by the spread of best practices, such as cultural flagship projects, the attraction of the “creative class”, the creation of creative clusters, etc. Such operations refer to diverse theoretical approaches that respond to different principles and logics, for example the creative class model, the conventional model or the cultural cluster model. The case study of Saint-Etienne shows that cities tend to engage and articulate models of cultural economy development, gathered together under the concept of creative city, for conventional economic development goals.

Pourquoi les gouvernements locaux choisissent-ils la culture et la créativité pour développer leurs villes ? Comment traduisent-ils empiriquement les modèles du développement par l'économie culturelle en politiques et projets ? La convergence des politiques de renouvellement urbain par la culture et la créativité s'inspire de « bonnes pratiques » : construction de bâtiments emblématiques, attraction de la classe créative, création de quartiers créatifs, etc. Ces opérations renvoient à différentes approches théoriques qui répondent à des principes et logiques différentes : le modèle de la *classe créative*, le modèle conventionnel, le modèle du *cluster* culturel, etc. L'étude du cas de Saint-Étienne nous montre que les villes ont tendance à adopter et articuler des modèles de développement par l'économie culturelle, réunis sous la notion de ville créative, pour des objectifs de développement conventionnels.

INDEX

Mots-clés: ville créative, cluster culturel, classe créative, modèle urbain, Saint-Étienne

Keywords: creative city, cultural cluster, creative class, urban models, Saint-Etienne

Subjects: Sur le Champ - Sur le Terrain

AUTHOR

GIOVANNI SECHI

Giovanni Sechi, giovanni.sechi@univ-st-etienne.fr giovasechi@gmail.com, Université de Lyon,
EVS-ISTHME UMR CNRS 5600.