

## Les facettes de la ville créative : entre richesse et fourre-tout

Dr. Lauren Andres, University of Birmingham  
*Version avant publication – ne pas reproduire*

La ville créative, un concept et un slogan qui sans nul doute, bien que tardivement en France, ont acquis leurs places autant dans les agendas politiques locaux et nationaux que dans les débats scientifiques ou les stratégies de marketing urbain. Thème central, comme celui de la ville durable, il appelle à s'intéresser à une gamme d'activités, d'industries et d'événements englobant des champs d'actions et des secteurs économiques divers comme le multimédia, le design, l'édition ou encore la musique.

La ville de demain sera-t-elle créative ? Oui, d'autant qu'avant d'être labélisée « créative », la ville comprenait déjà une variété d'activités et d'usages de cette nature. Reste à savoir quelles facettes ces formes de créativité prendront. Trois figures principales peuvent être dégagées. Non exhaustives ou exclusives elles dénotent de tendances générales qui devraient s'exercer sur les espaces urbains.

La première est celle du **temporaire** et fait référence à la mutabilité urbaine, au fait que la ville se renouvelle perpétuellement et remplace une fonction urbaine par une autre au gré de changements économiques, sociaux et culturels (Andres, 2013). Elle réside dans l'existence d'espaces résiduels, dans certains cas de friches urbaines en attente de reconquête. Elle repose aussi sur les espaces publics sur lesquels peuvent se dérouler des manifestations ponctuelles (musées temporaires par exemple). Le temporaire a un fort potentiel dans un contexte de perturbations (telles celles rencontrées depuis 2008) car les mécanismes de marché peuvent être perturbés. De fait, des opportunités pour le temporaire se présentent pour contrecarrer l'impact négatif du vide et de l'inutilité. Par l'usage temporaire, les fonctions et perceptions d'un espace peuvent changer. Le temporaire devient une solution pour contrer les impacts du cercle vicieux de la déréliction. Il peut alors être règlementé et encadré. Le temporaire néanmoins est constamment remis en question tant par la pression foncière que par les conflits d'usages quant aux formes de devenir qui sont envisagés.

La deuxième facette de la ville créative est sa dimension éminemment **économique**. C'est celle de l'économie créative, en d'autre terme, d'un secteur d'activité stimulé par l'essor continu d'une société de l'information et de l'économie numérique. La facette économique de la ville créative est intéressante à explorer car, malgré une économie en berne (De Propriis, 2013), le secteur dispose de multiples atouts pour continuer à se développer, durablement, éminemment ancré dans les dynamiques de renouvellement urbain. L'économie créative rassemble des compagnies de toutes tailles tout en étant particulièrement propice aux entreprises de petites tailles. Ce facteur « petite taille » apporte une certaine flexibilité tout en ancrant ces activités dans une certaine précarité permanente (Pratt et al., 2013). L'économie créative tend à être très spécialisée et dépend des fluctuations affectant sa chaîne de production tout comme les différentes formes de subventions. La facette économique de la ville créative valorise le rôle de l'espace, tant espace bâti que territoire d'activité, au travers des formes de clusterisation et des réseaux informels qui y sont associés. En ce sens, l'économie créative est éminemment urbaine et la flexibilité de ses formes de production en fait une composante clé de la ville créative de demain.

Le troisième volet, est sans surprise, celui de la **régénération**, à l'échelle de la ville et du quartier. La ville créative au travers des activités artistiques et culturelles est liée à la régénération culturelle et donc à la régénération économique et urbaine, en d'autres termes à l'usage de manifestations culturelles d'envergure (par exemple Marseille Provence 2013) associées - ou non - à des équipements culturels phares (MUCEM par exemple). L'enjeu est ainsi d'anticiper sur les effets dérivatifs d'investissements publics colossaux : changement d'image, impact sur le marché immobilier ou encore sur le tourisme. Créativité et régénération sont intrinsèquement liées et ce, depuis longtemps, comme le rappellent les transformations d'anciens bâtiments industriels à des fins artistiques (dont Soho, bien entendu est l'exemple précurseur). S'associent alors des processus de gentrification qui témoignent des dynamiques de transformations physiques et socio-économiques des espaces urbains. Bien que l'usage de la régénération culturelle, à grande échelle, soit toujours d'actualité, le devenir de la pratique est plus problématique dans une logique de financement public/privé. La facette de régénération de la ville créative rejoint alors en partie le temporaire, en tant que réponse probablement plus viable à un développement durable et diversifié, ancré sur des périmètres d'action plus restreints.

La ville de demain par essence est créative car au delà d'être populaire dans les sphères décisionnaires, elle est aussi attractive et rassembleuse : elle a le potentiel de fédérer différents publics et de générer de nombreux bénéfices. Elle intègre les marges tout comme les cœurs urbains, s'inscrivant dans l'alternatif et dans l'institutionnalisé. Elle donne sens à l'incertain et peut raviver des espaces abandonnés. Elle peut susciter un buzz et a démontré ses bénéfices économiques. Mais attention à sa perte de sens et à sa banalisation. La ville créative est fragile et ne peut être créée ex-nihilo. Elle nécessite des espaces particuliers, des créateurs avides de s'exprimer et de produire et un marché apte à offrir une demande suffisante pour garantir productivité et rentabilité. Comme tout principe d'action son instrumentalisation à outrance mérite d'être considérée avec soin au risque d'en faire une nouvelle notion-valise, vide de sens et à usage promotionnel unique et superficiel.

ANDRES, L., 2013, Differential spaces, power-hierarchy and collaborative planning: a critique of the role of temporary users in shaping and making places, *Urban Studies*, 50(4), pp. 759-775

DE PROPRIIS, L., 2013, How are creative industries weathering the crisis? *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6, 23-35

PRATT, A.C & HUTTON, T., 2013, Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis, *Cities* 33 (2013) 86-95