



Le concept de ville créative

Marqueurs conceptuels : Ce concept a été remis sur le devant de la scène par R. Florida (2005). La ville créative devient celle qui attire et retient la « *classe créative* », et dont le développement économique reposerait sur le triptyque : *tolérance* (culturelle et sexuelle notamment), *talent* (sélection des classes intellectuelles sup.) et *technologie*. La créativité devient alors une forme d'injonction, au service d'un *marketing urbain* maîtrisé, capable d'attirer médias, investisseurs, touristes et main-d'œuvre qualifiée. Cette vision est sujet à beaucoup de controverses sur son périmètre, sa méthodologie, son caractère *commercial* et ses conclusions (Levine, 2004 ; Peck, 2005 ; Roy-Valex, 2006 ; Shearmur, 2006 ; Pilati et Tremblay, 2007 ; Darchen et Tremblay, 2008 ; Vivant, 2009 ; Martin-Brelot et al., 2012). Une troisième définition est proposée par (J. Howkins, 2001), qui replace la ville créative dans sa *dimension économique*, via les industries créatives ; capables de pérenniser les *savoir-faire locaux* des territoires, et de créer une émergence d'un milieu relationnel créatif, au sein de clusters et quartiers spécialisés (Scott, 2006). Installant un lien de *codépendance* entre *création*, *production* et *consommation culturelles* (Pratt, 2008), la ville créative s'ancre dans les métropoles. Elle est souvent perçue comme un moyen de requalification des anciens quartiers industrialisés ; la culture bénéficiant à l'image des villes et à leur *attractivité (city branding)*. Mais les contreparties sont nombreuses : problèmes d'*accessibilité* pour certains artistes et habitants, *gentrification*, tourisme excessif, qui sature les sites culturels et patrimoniaux, *faible participation et implication* des populations locales, faiblesse des *retombées économiques et sociales* pour les habitants (Vivant, 2008).

Lien avec la low-tech : La ville créative partage des points d'ancrage communs avec la low-tech : au sens de C. Landry et P. Hall, elle porte une réflexion sur la société post-industrielle et s'appuie sur la créativité, *partagée* par tous les citoyens (voir : Lewis Mumford) ; au sens de J. Howkins, elle défend la sphère productive (l'économie créative) pour construire le développement de la société ; les industries créatives privilégiant les petites structures et les réseaux de collaborations denses et locaux... Quant à la vision de Florida, certes plus commerciale, elle met en avant *l'ouverture et la diversité*.

3

Ville créative

Théorisée par C. Landry et F. Bianchini dans les années 1990, la *ville créative* est présentée alors comme un lieu *ouvert*, un territoire propice à la structuration d'une *organisation sociale* spécifique, valorisant *innovations*, imagination et idées originales (Ambrosino, 2018). Elle s'appuie sur les travaux A. Andersson et G. Törnqvist, K. Kunzmann, ou encore, Peter Hall.

Définition du concept :

La « *Creative City* » se présente comme un modèle de développement territorial, lié au cultural planning, s'inscrivant dans un contexte post-industriel comme réponse aux enjeux urbains.

Sa réussite tient à *l'optimisation* de plusieurs « facteurs » : la présence de *créatifs*, la qualité des dirigeants, la *diversité* des talents, *l'ouverture* d'esprit, *l'intensité* de l'identité *locale*, la qualité des installations urbaines et les possibilités de mise en réseau (C. Landry, 2008).

Concepts associés : Urbanisme culturaliste (F. Choay, 1970) ; milieux créatifs (Törnqvist, 1983 ; Andersson, 1985) ; Cities in civilization (Hall, 1998) ; cultural planning (Evans, 2001) ; économie créative (Howkins, 2001), industries créatives.

Exemples majeurs : Le concept de ville créative a été appliqué dans de nombreuses métropoles, sur des aspects d'économie culturelle et créative, d'attractivité ou de régénération urbaine par la culture : Londres (et de nombreuses villes anglaises post-industrielles comme Liverpool ou Manchester) ; Berlin ; Barcelone, New-York, Paris-Ile-de-France, Tokyo, Melbourne... intégrées au sein de réseaux de villes : Creative cities (UNESCO) ; World Cities Culture Forum (WCCF) ; Global Cultural Districts Network (GCDN).

Le Musée Guggenheim de Bilbao est un exemple emblématique, qui a inspiré de nombreux acteurs à travers le monde, de la redynamisation d'un territoire post-industriel par un grand geste architectural, associée à une stratégie de territoire, économique et touristique.