

Longtemps la culture et l'économie ont vécu de manière séparée, et le monde artistique était des plus réticents pour admettre des arguments économiques. Sans doute certaines œuvres d'art apparaissaient-elles pour satisfaire des besoins précis et acquérir une valeur économique substantielle, telle la peinture du quattrocento. Mais ce qui caractérise le plus souvent les œuvres d'art c'est la perte de toute utilité fonctionnelle, de ces valeurs d'utilité qui servent de base aux économistes. Dans son *Histoire des arts*, Reinach est frappé par le fait que si l'industrie humaine est la fille du besoin, l'art est l'expression des goûts : "L'œuvre d'art diffère par un caractère essentiel des produits de l'activité humaine qui répondent aux exigences immédiates de la vie... (car)... le caractère d'art est surajouté à celui d'utilité. Dans une statue, dans un tableau, l'utilité n'est plus apparente: le caractère d'art est isolé. Cet élément tantôt surajouté, tantôt isolé, est lui-même un produit de l'activité humaine, mais d'une activité parfaitement libre et désintéressée, qui a pour but non de satisfaire une nécessité immédiate mais d'éveiller un sentiment, une émotion vive: l'admiration, le plaisir, la curiosité, parfois la terreur"<sup>1</sup>. Selon Reinach, il y a même une dimension sociale sous cet aspect gratuit qui semble relever du luxe ou du jeu dans la mesure où "si on fabrique un outil pour s'en servir soi-même... on le décore pour plaire à ses semblables ou pour provoquer leur approbation"<sup>2</sup>.

Depuis une quinzaine d'années les choses ont bien changé en Europe, et beaucoup voient dans les activités artistiques et culturelles le moyen de créer des emplois et d'assurer le développement de certains territoires, villes artistiques ou terroirs. La meilleure illustration en est le débat qui traverse tous les pays européens sur la nécessité de nouveaux emplois et de nouveaux services: la culture et le patrimoine sont alors évoqués comme d'importants leviers de création de ces nouveaux emplois et nouveaux services pour le plus grand bénéfice des territoires où ils apparaissent. À l'ignorance et à la méfiance a donc succédé un mariage dont il n'est pas sûr qu'il soit aussi prometteur que certains le pensent. Sans doute la vérité est-elle une source de développement. Mais ce n'est pas une panacée et en affichant ici un optimisme béat on risque fort aussi de chasser des logiques culturelles et sociales au profit des seules logiques économiques<sup>3</sup>.

## La culture, levier de développement économique

La culture suscite du développement économique de nombreuses manières: elle ouvre des marchés; elle crée des ressources nécessaires à l'amélioration de la qualité

des produits et donc à leur compétitivité; elle permet une meilleure intégration sociale; elle sert de base d'activité et de croissance pour de nombreux territoires.

La culture crée des marchés en soi car les œuvres d'art sont demandées, quelle que soit la forme de cette consommation: assistance à un spectacle; visite d'un patrimoine, achat d'une œuvre d'art, etc. Autour de ce point de départ, de nombreuses questions vont vite se poser qui orienteront alors les économistes dans des directions différentes: la consommation sera-t-elle directe ou différée dans le temps? Accepte-t-on de supporter un coût économique pour consommer soi-même ou pour faire bénéficier d'autres personnes de cette consommation? Préférera-t-on une consommation in vivo ou acheter des produits en boîte, quitte à perdre alors de leur aura mais à gagner en flexibilité des conditions de consommation?

Certains des marchés ainsi développés sont très importants (la musique enregistrée ou les produits audiovisuels) alors que d'autres sont des plus restreints (la danse et de manière assez générale le spectacle vivant). S'il est toujours difficile de disposer de chiffres viables dans ce domaine compte tenu de ce que les prix ne reflètent pas toujours les coûts, l'évolution des emplois dans les différents secteurs de l'activité culturelle témoigne bien de cette évolution. Mais bien des économistes comme des hommes de la culture interviennent alors pour dire que si ces dépenses culturelles sont assez limitées, elles engendrent par contre un effet multiplicateur important. Ces dépenses s'effectuent souvent au terme de déplacements qui conduisent les personnes à des dépenses en transport, en hôtellerie restauration, etc., pour accompagner leur dépense en culture. Cet argument joue aujourd'hui rôle important pour les défenseurs du développement des territoires par le biais du tourisme culturel: la demande de tourisme culturel serait quasi illimitée aujourd'hui, et elle secréterait de nombreuses cascades de dépenses. Sans doute le château du village ne créera-t-il qu'un ou deux emplois, mais les commerçants qui en vivent en créeront beaucoup plus. Ce raisonnement a connu un grand succès, mais, comme on le verra plus bas, il se heurte à de fortes contraintes.

Une seconde contribution de la culture au développement est liée à son rôle comme vecteur de la créativité<sup>4</sup>. Dans l'économie contemporaine, la concurrence entre biens et services s'effectue autant en terme de qualité que de coût. Cette qualité dépend de la nouveauté des contenus comme des formes, laquelle renvoie souvent à des sources artistiques. Le monde économique demande au monde artistique de la distinction, de la nouveauté, de l'originalité pour créer de nouveaux marchés, acquérir la puissance de signification qui permet de l'emporter sur des concurrents sans imagination. Les activités de création se situent donc au cœur de l'économie contemporaine, et l'on y assiste à l'émergence d'une créativité diffuse à partir de secteurs productifs spécifiques (mode, stylique, audiovisuel) comme de relations de services (accueil, communication, expertise, ingénierie). L'activité artistique y devient

une sorte d'intellectualité appliquée, au terme d'un continuum beaucoup plus que d'une rupture<sup>5</sup>. Ainsi *dessins et modèles de mode* oscillent-ils en permanence entre art et industrie, création et reproduction, et de tout temps les artistes ont inspiré cette mode. Raoul Dufy comme le Bauhaus ont inspiré de nouvelles modes, et un créateur comme Saint Laurent a toujours reconnu l'influence de Mondrian et Braque sur ses propres créations<sup>6</sup>. Quant au stylique, il est "considéré comme une discipline visant à la création d'objets d'environnement, d'œuvres graphiques... à la fois fonctionnels, esthétiques et conformes aux impératifs de la production industrielle"<sup>7</sup>. Facteur de compétitivité des entreprises, il vaut par leur capacité à pouvoir différencier entre les produits et valoriser les marques correspondantes. Les effets économiques de ces activités sont importants. Si on considère le stylique textile, les styliciens se retrouvent à l'origine de la broderie, de la dentelle, de la maille, des imprimés, des tissés, et cela sur les marchés de l'habillement de l'ameublement, des linges de maison, des sièges d'automobiles, etc. Ce développement des activités artistiques au profit de la création conduit à réorganiser des institutions culturelles classiques. Des musées se mobilisent pour entrer en synergie avec des réseaux d'entreprise, lesquels considèrent que la conservation des modèles et des produits devient essentielle et cherchent pour cela à explorer leur patrimoine. De manière plus gé-

Les industries de la créativité sont celles dont le produit ou le service intègre des composantes artistiques ou créatives significatives

nérale, le développement de ces interfaces entre l'art et l'industrie met en avant l'importance de ces industries de la créativité. Le terme est relativement récent, et il est apparu en même temps dans le débat politique (notamment dans le discours politique du gouvernement Blair) et académique<sup>8</sup>. Les industries de la créativité sont celles dont le produit ou le service intègre des composantes artistiques ou créatives significatives. Ces industries sont caractérisées par un certain nombre de traits qui sont, plus ou moins atténués, ceux de la production artistique. La première est l'incertitude de la demande et donc de la valeur reconnue au produit. La seconde est l'importance des coûts non récupérables: si l'activité s'arrête, par exemple du fait de la non-reconnaissance du nouveau produit, toute une série de coûts ne seront pas couverts<sup>9</sup>. La troisième caractéristique est l'association de qualifications artistiques hautement spécifiques et de qualifications plus banales ou génériques. Il en résulte des modes de gestion spécifique qui joueront en général sur la décentralisation et la flexibilité productive. La quatrième caractéristique est l'intérêt que les détenteurs de qualifications artistiques porteront à la nature du produit et le rôle qu'ils entendent jouer dans son élaboration et sa configuration finale. Une dernière caractéristique mérite d'être relevée qui concerne les modes de rémunérations: les détenteurs de qualifications artistiques cherchent à obtenir une part de la valeur ajoutée sous

la forme de droits de propriété intellectuelle ou de partage des profits.

La culture contribue au développement économique en créant de nouvelles qualifications qui bénéficieront aux secteurs de l'économie, et l'Espagne en a donné une bonne illustration avec les écoles-ateliers, beaucoup d'entre elles ayant su réaliser trois objectifs: la rénovation effective du patrimoine; la reproduction des compétences et des savoir-faire; l'amélioration de la qualité des productions dans tous les secteurs de l'économie grâce à la diffusion de tels savoir-faire.

Enfin, les arts sont aujourd'hui utilisés pour stimuler la consommation. Les espaces commerciaux contemporains sont de plus en plus aménagés pour conduire ceux qui y viennent à dépenser le plus possible, qu'il s'agisse de malls, de grands magasins, de bateaux, de casinos, etc. Il s'agit là de véritables cathédrales de la consommation, de lieux enchantés, voire sacrés, aux yeux des consommateurs. Mais pour les attirer, il leur faut renforcer en permanence leur caractère magique<sup>10</sup>. La thèse de Weber sur le désenchantement permet de comprendre comment les arts peuvent créer ce caractère enchanteur. Pour Weber, l'économie capitaliste est une économie hautement organisée et rationalisée de telle sorte que toutes ses structures, y compris celles de consommation, finissent par exercer une emprise des plus pesantes sur les personnes qui y vivent. La recherche de rationalisation conduit à une société aride et formalisée qu'il convient donc de rendre plus agréable en la ré-enchantant. Il faut y introduire des magiciens, des rêves et de la fantaisie, ce qu'exprime Campbell dans son ouvrage sur les formes modernes de la consommation, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumption*<sup>11</sup>. Les lieux de consommation doivent être sacrés, et l'aménagement du Bon Marché à Paris à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle traduit cette volonté. La description qui en est donné par Rosalind Williams<sup>12</sup> montre comment les formes et le décor du magasin ont été arrêtés pour créer une osmose entre le lieu d'écoulement des marchandises auprès des chalands et un univers de prestige, de féerie, de romance. On retrouve aujourd'hui des motivations de ce type dans l'aménagement des hôtels-casinos de Las Vegas, lesquels ne sont en fait que des espaces de consommation. Mais, bien entendu, ces efforts d'enchantement sont eux aussi soumis à rationalisation, de telle sorte qu'il faut continuellement recommencer à imaginer comment donner de la féerie à ces espaces. On le fait en y créant des expositions, en y personnalisant les décors, en y déroulant des spectacles. Les artistes sont profondément intégrés à de tels mouvements, ils sont les acteurs du réenchantement de la consommation et mobilisés comme tels, même si les choses leur sont présentées de manière quelque peu différente.

Les arts contribuent aussi au développement social, sans que l'on doive d'ailleurs pousser la distinction entre ces deux formes économique et sociale du développement. Mais là encore il convient d'être prudent, le rôle de la culture oscillant en permanence entre la volonté de rendre les individus acteurs de leur propre destin et ce-

Ile de les associer les uns aux autres à travers des valeurs qu'ils partageront en commun. Ce discours qui relève souvent de la bienfaisance ne manque pourtant pas de créer des ambiguïtés, et on pourrait fort bien lui opposer une toute autre interprétation: l'art peut donner lieu à manipulation et sa vocation à servir de ciment social ne va pas nécessairement dans le sens d'une intégration "démocratique".

Si l'on s'en tient à une approche plus centrée sur les individus, on peut voir dans les activités artistiques le moyen de renforcer des identités, de redonner confiance à des personnes en marge de la société en leur donnant le moyen de s'exprimer, de s'associer à des créations collectives ou de créer eux-mêmes. Ses illustrations sont variées et l'on en signalera trois, fort différents les uns des autres. La première cherche à reconstituer des identités et des places permettant aux individus qui les assumeront de porter un regard plus riche sur leur environnement immédiat. À Cork, l'expérience Cavern a permis aux jeunes de mettre au point des produits audiovisuels sur "eux-mêmes" et de leur renvoyer ainsi une image plus positive que celles qu'ils voient sur les écrans de cinémas ou de télévisions et qui contribuent à les dévaloriser<sup>13</sup>. Devenant les propres auteurs de la vision donnée d'eux-mêmes, ils sont conduits à poser un autre regard sur leur environnement économique et social, à en discerner ses spécificités et richesses et à en devenir aussi des acteurs à part entière. Ces actions ne visent pas seulement les jeunes, mais s'étendent aux adultes comme en témoignent un certain nombre de programmes d'insertion pour les chômeurs de longue durée, via des activités de type culturel<sup>14</sup>. La seconde cherche à situer les individus, surtout des jeunes, dans l'histoire de leur territoire et de leur société. À Bologne, la municipalité est confrontée à un important problème de contestation, d'identification et d'intégration des jeunes. Faute de pouvoir s'appuyer sur des mécanismes traditionnels plus ou moins reliés au système classique de marché de l'emploi, la municipalité décide de multiplier les lieux et moyens de création de petites entreprises à vocation culturelle par les jeunes. Cela rompt avec la politique culturelle de la municipalité: les autorités municipales avaient jusqu'alors organisé leur politique culturelle à partir du potentiel touristique et donc d'une réponse à une demande "exogène". À partir du début des années quatre-vingt, la municipalité a une politique culturelle qui vise à la fois à développer des capacités d'offre, d'identification et de consommation plus locales<sup>15</sup>. La troisième démarche cherche à ouvrir aux individus des espaces où leur créativité peut s'exprimer, espaces absents d'une économie de marché qui valorise les seules compétences acquises. À Marseille, Friche Belle de Mai est un équipement culturel original appuyé sur des contiguïtés géographiques pour développer des pratiques et cultures de création<sup>16</sup>. Son principe de base est de placer les artistes, et plus généralement les professions artistiques, au cœur d'un système permettant à la fois de produire des œuvres et de croiser des publics<sup>17</sup>. Peu à peu, Friche Belle de Mai prolonge ses activités en allant dans le milieu urbain et en y multipliant via ses réseaux associatifs des lieux d'échange et de création. Les activités de type artistique ne sont pas les seules à pouvoir engendrer ces processus,

mais elles y tiennent un rôle de levier puissant parce qu'elles diffusent des symboles et des mécanismes de communication toujours repris, quel que soit le champ d'activité considéré. Ainsi se forment au profit des personnes visées et rencontrées dans leur environnement quotidien les itinéraires qui permettent l'accès au travail salarié ou au mainstream, sans que les effets en soient toujours garantis. En devenant ainsi acteur de son propre destin, l'individu contribue à l'émergence de cultures de l'ailéatoire qui diffusent des compétences créatives.

En associant de manière étroite développement économique et développement social, la culture devient un atout du développement des territoires, et là encore ce lien prend différentes dimensions. Les activités de rénovation du patrimoine se situent ici au premier plan, mais des festivals peuvent conduire au même résultat. Bien des villes qui ont connu de graves crises de reconversion ont utilisé le développement d'activités culturelles comme signe de leur volonté de redéveloppement et de mieux intégrer des communautés aux cultures variées. Pour ses habitants, c'est le moyen de reprendre confiance dans les perspectives de développement et de vie communautaire de l'endroit où ils vivent, une incitation à développer de nouveaux projets et un frein à l'exode de leurs jeunes. Pour ceux qui vivent en dehors, c'est un signe de la capacité de ce territoire à reprendre confiance, à s'inscrire de manière positive dans une économie globale et à organiser sur son territoire de meilleures qualités de vie. Deux ressorts possibles sont à la base de cette valeur de développement: la rénovation de certains quartiers des villes, en espérant que ces opérations au départ publiques et portant sur des monuments souvent emblématiques seront relayées par des personnes privées propriétaires d'un patrimoine vernaculaire; l'instillation d'activités culturelles qui feront du territoire un creuset de développement. Un exemple spectaculaire mais trop récent pour pouvoir en retirer des conclusions fortes est la création du musée Guggenheim de Bilbao, au point que l'on a pu parler d'effet Guggenheim. L'arrivée de la construction de Frank Gehry a incontestablement changé l'image de Bilbao, comme en témoigne le million de visiteurs annuels qui remplace la poignée antérieure, le lancement d'autres projets culturels (Bilborock), l'ouverture d'ateliers et de galeries.

À l'opposé de ces stratégies spectaculaires qui conduisent souvent à vider des quartiers existants de leurs activités et populations traditionnelles, on trouve un mode de recomposition territoriale plus discret, la friche culturelle.

Le terme de friche caractérise des espaces vidés de leurs activités économiques passées, en général industrielles. Les friches culturelles caractérisent de tels espaces dès lors qu'ils sont consacrés à l'accueil et la mise en relations d'activités culturelles en vue d'en faire des pôles de développement pour un quartier, une communauté, une ville. Elles se retrouvent donc à l'interface d'une double considération<sup>19</sup>: réanimer des espaces locaux laissés pur compte et dont la dégradation progressive rejaillit

alors sur son environnement; tenir compte des synergies requises par la mise en œuvre des produits culturels. Cet investissement culturel des friches industrielles se fait au départ sous le coup de la contrainte beaucoup plus que sous celui d'un projet culturel délibéré. À la recherche d'espaces, des artistes s'installent dans des friches industrielles qui présentent d'abord l'avantage d'offrir des surfaces souvent considérables à des prix très faibles voire nuls quand l'occupation se situe aux limites de l'informel. Comme ces friches se situent souvent dans des espaces marginaux, interstitiels ou périphériques, ceux qui les animent sont immédiatement confrontés aux problèmes économiques et sociaux suscités par le non-développement: inactivité, exclusion, crise d'identité. Des projets qui au départ pouvaient n'avoir qu'un sens immobilier seront donc associés de plus en plus à des projets collectifs de redéveloppement culturel social et économique, lesquels déteindront sur la production artistique. L'expression de lieux intermédiaires sera alors réutilisée (elle l'était déjà pour d'autres institutions), traduisant alors le caractère hybride de lieux partagés entre création et public, activités sociales et production de valeur ajoutée. Ainsi, selon les termes mêmes de ceux qui l'ont créé et animé, la friche "permet une quête de nouveaux espaces de création; oblige à maîtriser et dompter une architecture afin d'atteindre des conditions minimales de fonctionnement; traduit une revendication d'indépendance vis à vis du champ institutionnel; répond au désir d'investir de nouveaux champs artistiques en assumant une part de risque; exprime une volonté de conquérir des publics qui n'ont souvent aucune pratique culturelle institutionnelle"<sup>120</sup>. La friche ne peut manquer d'intéresser les élus locaux comme les urbanistes à la recherche de nouveaux équipements urbains signifiants. Ils le font d'autant plus volontiers que l'image de la culture est toujours revalorisation et qu'elle fait même miroiter les ressources du tourisme dit culturel au-delà des services qu'elle peut apporter aux communautés locales. Ce faisant, le bateau devient surchargé et de nombreuses valorisations sont attendues de telles friches, suscitant des conflits entre les valeurs de ceux qui les animent et celles de ceux qui entendent les utiliser, ou même les instrumentaliser.

Le terme de friche caractérise des espaces vidés de leurs activités économiques passées, en général industrielles

Installées dans des usines, des entrepôts, des gares, des silos, etc., les friches culturelles commenceront par rendre le lieu fonctionnel pour y accueillir des ateliers et des spectacles, mais elle ne pourront et ne devront en aucun cas y effacer la mémoire d'organisations sociales: "La friche possède donc la charge émotionnelle et symbolique forte d'un lieu marqué par le travail des corps et des machines, la production industrielle, dont il ne reste que des traces. La souffrance physique, l'aliénation par le

travail, la soumission à la chaîne, à un dur labeur sont inséparables du bâtiment<sup>121</sup>. Le retour du public sur ces lieux en sera rendu plus difficile, mais tout l'effort des artistes sera d'y montrer une suite respectueuse de leur identité passée mais cherchant aussi à la redéployer vers l'avenir. Cela est loin d'être aisé pour des artistes qui s'y installent souvent contraints, faute de disposer d'espaces mieux disposés ou plus économiques. L'expérience montre pourtant qu'ils sont très sensibles à ces charges symboliques: *Ars Longa*, association parisienne installée dans un premier temps dans un ancien atelier de confection, s'est développée dans un garage, puis dans les locaux de l'"Union Fraternelle des Métallurgistes" désertés par la C.G.T. depuis cinq ans. Ces espaces permettent en tout cas de résoudre l'un des problèmes les plus difficiles de la vie des artistes: l'obtention d'un local en location est souvent inabordable pour un artiste.

L'activité culturelle y est donc à la fois une activité de création et de diffusion, d'échange et de synthèse, ce qui permet la continuité de la production artistique, de la création à la valorisation. On verra même certaines friches mettre en place une radio, un journal, un site Internet, autant d'opportunités d'accompagnement et de valorisation des projets artistiques. En outre, elles contribueront à dépasser les frontières entre amateurs et professionnels, entre artistes et publics. Enfin, en faisant coexister des personnes et des disciplines différentes la friche recompose le territoire urbain. Lieu de vie, de rencontre, de sociabilité, la friche produit un capital social qu'elle pourra mobiliser au profit d'actions d'insertion ou de réinsertion sociale. En travaillant avec des institutions scolaires ou des associations de chômeurs, les friches peuvent enrichir leurs actions et se prévenir contre les risques de bureaucraties. C'est là que peut se dissoudre le stéréotype stigmatisant de la marginalité pour laisser apparaître des jeunes qui tentent de charger leur situation de précarité d'un sens positif dans des espaces sociaux où se développent des sociabilités en réseaux, des pratiques, et des modes de vie fondés sur une alternative culturelle et économique. Mais les leviers seront différents: renforcer créativité de jeunes artistes locaux, conserver et animer le patrimoine du quartier, produire du lien social. Mais leur action les expose aussi à des problèmes: risque d'instrumentalisation ou au contraire méfiance des partenaires institutionnels; une contrainte de résultat qui peut devenir importante dans le temps; une gestion tendue; l'absence de compétences qui conduit à rechercher l'appartenance à des réseaux.

Des travaux récents ont souligné le rôle des activités artistiques et de leur contiguïté en matière de développement local. Pour cela ils attirent l'attention sur l'émergence de districts culturels. Ces districts sont variés. Les uns sont créés de manière spontanée par les agents eux-mêmes: artisans d'art, artistes, éditeurs, producteurs, etc, alors que d'autres le sont volontairement à partir d'initiatives politiques. Les uns ne bénéficient d'aucune protection alors que les autres vont bénéficier d'un label ou d'une appellation contrôlée qui agira comme un droit de propriété intellectuelle avec sa dou-



ble dimension: encourager des innovations mais créer des rentes au profit des producteurs. Les uns échappent à toute contrainte de localisation par la demande (édition, artisanat d'art, stylique) alors que les autres restent contraints par une telle localisation.

Le premier type de district culturel est secrété au terme d'opérations lentes de regroupements géographiques et d'organisation de cette contiguïté. On peut difficilement trouver une meilleure illustration de ce district "culturel - industriel" que celle d'Hollywood, encore que celui plus récent de Babelsberg présenterait lui aussi un grand intérêt<sup>22</sup>.

Un autre type de district est lié à la reconnaissance légale de la spécificité des produits culturels et de l'environnement qui concourt à leur mise en place. En consacrant par le droit une reconnaissance légale à certains produits locaux (textiles, meubles, produits agricoles ou viticoles), les autorités publiques confèrent de véritables droits de propriété non éloignés des droits de propriété intellectuelle, et qui permettent alors d'afficher la valeur d'un territoire et d'en faire bénéficier ses productions. Une bonne illustration de ce développement est celui de l'usage des "appellations d'origine contrôlée". On la confère avec la protection légale correspondant à des territoires qui produisent un bien spécifique ancré dans ses savoir-faire et savoir-vivre.

Les derniers districts, plus classiques, correspondent à l'aménagement de véritables districts patrimoniaux ou muséaux en réponse à une forte demande. Il s'agit là de créations autant que de ressources héritées: il existe souvent au départ un patrimoine important lié à l'existence d'un monument phare ou d'un quartier présentant des qualités patrimoniales exceptionnelles. L'élément volontariste intervient ici au niveau des travaux de rénovation entrepris par des collectivités publiques mais aussi à l'organisation de secteurs sauvegardés, de périmètres de rénovation, de zones d'aménagement, de rues piétonnières, etc. Les effets recherchés en termes de tourisme culturel y sont souvent atteints mais à des coûts élevés en termes de modification des populations, de destruction d'une partie des activités traditionnelles, de spéculation foncière, etc. Dans le temps, ces évolutions ont conduit à reconsidérer ces choix et en liaison avec les populations locales à mettre l'accent sur des patrimoines souvent moins prestigieux mais mieux insérés dans la vie économique locale. Aussi le développement du tourisme culturel s'est-il accompagné ici de dynamiques intéressantes. En France, on a ainsi vu se succéder puis coexister ces deux formes d'organisation de districts patrimoniaux: en 1962 et à l'initiative d'André Malraux les secteurs sauvegardés à la vocation monumentale évidente; en 1983, les Zones de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager, à la dimension sociale non moins évidente.

*Illusions et relativisations: pour une approche mesurée*

Le rôle positif de la culture pour le développement est donc peu contestable, et nombreuses en sont les facettes. Mais il serait erroné de voir dans la culture une panacée comme beaucoup de discours excessifs le laissent penser, et cela pour trois raisons<sup>23</sup>.

En premier lieu, on assiste aujourd'hui à une surestimation fréquente des retombées attendues de la culture, notamment face au processus du tourisme culturel. Vivant de démarches marketing, les opérateurs touristiques trouvent dans le tourisme culturel le moyen de relever l'intérêt de consommateurs potentiels lassés des autres formes de tourisme. Considéré du point de vue des arts, et mis à part le discours convenu sur le tourisme facteur d'échange et de compréhension culturelle entre les peuples, que peut-on en retirer aujourd'hui?

Un premier débat porte sur la nature de ces nouveaux flux de visiteurs ou d'usagers de la culture: traduisent-ils une demande expresse ou des comportements occasionnels, lesquels peuvent être alors soumis à manipulations et effets de mode? Une étude sur le tourisme culturel en a mis en évidence trois types de personnes<sup>24-25</sup>. Les *spécialistes* fondent leur pratique touristique sur une motivation directement culturelle et ils représentent 10 à 15 % des pratiques recensées. Les touristes *motivés* ne voyagent pas pour de raisons culturelles, mais acceptent de modifier de manière significative leurs déplacements pour accéder à des pratiques culturelles, et ils représentent de 30 à 40 % en termes de visites recensées. Enfin, les touristes *occasionnels* sont des vacanciers qui, à l'occasion de leur séjour, développent des pratiques culturelles irrégulières, en-général, dans un espace qui ne dépasse pas leur lieu de villégiature de plus de 50 kilomètres, et ils représentent de 45 à 60 % des visites recensées<sup>26</sup>. Les occasionnels n'expriment pas tant une demande culturelle que le fait d'y être poussé par des effets de mode ou sous l'influence d'autres donneurs d'ordre. Il peut en résulter une dénaturation de la demande culturelle, dans la mesure où les véritables instigateurs seront des acteurs locaux cherchant à remplir leurs restaurants ou leurs hôtels plutôt que les usagers locaux eux-mêmes.

Un second débat porte sur les effets négatifs de ce développement à long terme. La hausse des prix à laquelle le développement du tourisme culturel conduit peut induire des spéculations foncières et des déplacements non souhaitables de la population: certains quartiers anciens sont ainsi recomposés au détriment de leurs métiers d'art et de leur atmosphère, tout le monde étant perdant à long terme. Dans une logique marketing, la substitution de sites ou de touristes "plus" rentables au détriment d'autres types de sites ou de touristes peut conduire à une privatisation des espaces artistiques, à la sélectivité dans leur accès et au gaspillage des investissements. Enfin, à partir du moment où le nombre de touristes accueillis est

excessif, le site peut faire l'objet de dégradations irréversibles, problème dit de la capacité de charge. Cette capacité est définie par le nombre de touristes le plus élevé que le site peut recevoir sans que la qualité de leur visite ne soit amoindrie, l'intégrité du site altérée, la qualité de vie des résidents affectée. Mais les pratiques des touristes comptent en fait autant que leur nombre, ce qui complique la définition de cette capacité de charge<sup>27</sup>.

Mais la véritable question est de savoir si ces pratiques ne s'effectuent pas au détriment d'autres pratiques, à commencer par celles des résidents locaux. De plus en plus, les lieux artistiques sont ceux qui permettent la rencontre de la communauté. Ils servent en quelque sorte d'espace public à une époque où le jardin municipal, l'église ou le marché en sont de moins en moins. Or ces demandes potentielles des populations locales peuvent ne pas correspondre à celles de la maximisation des flux touristiques. Qu'il s'agisse des conditions d'accès, d'entrée, de la signalétique, de l'organisation intérieure des espaces, des activités qui s'y réalisent, on assiste ici à des conflits croissants. La question se pose de savoir s'il ne faut pas aujourd'hui arbitrer entre des demandes qui ne sont guère compatibles et à cet égard quel est l'intérêt à long terme de la communauté.

De plus en plus, les lieux artistiques sont ceux qui permettent la rencontre de la communauté

En second lieu, la culture peut créer des effets de segmentation et de gentrification qui vont à l'encontre des vertus d'intégration sociale prêtées un peu trop rapidement à la culture. Considérons à titre d'illustration les rénovations du patrimoine souvent présentées comme de nature à changer le cadre urbain au profit de ses habitants.

Une illustration de ces stratégies nous est donnée par Temple Bar, quartier de Dublin qui avait fait l'objet d'une importante dégradation au cours des années soixante-dix, généralement à partir d'abandons fonciers. Aussi les pouvoirs publics ont-ils décidé en 1991 de redévelopper ce quartier en faisant un "quartier culturel". Parmi les activités culturelles envisagées, on relevait des ateliers pour artistes, des équipements musicaux, des galeries d'exposition, les archives photographiques nationales, un centre d'activités cinématographiques, des lieux d'accueil pour les arts appliqués, un théâtre et un centre d'interprétation patrimonial. Les bénéfices recherchés n'étaient pas seulement de type foncier ou urbain: on escomptait de cette contiguïté entre activités culturelles variées l'émergence de nouvelles activités<sup>28-29</sup>. Douze importants projets ont ainsi été réalisés, suscitant la création d'environ 500 emplois culturels plein temps, mais aussi 1500 emplois non culturels du fait de l'arrivée d'autres activités. Mais cette stratégie peut aussi être débattue car elle a suscité la

spéculation foncière et entraîné le transfert des populations et métiers.

Au cours de ces dernières années les opérations de rénovation urbaine à base culturelle ou artistique ont donné lieu à un débat sur ses objectifs: faut-il monumentaliser la ville ou recréer une communauté favorable au développement local? Beaucoup d'initiatives sont parties de l'existence de monuments pour en étendre l'impact sur la ville, d'abord en définissant des périmètres de protection puis en recherchant à l'intérieur de tels périmètres à planifier le développement de la ville. Les résultats sont quasi automatiques: spéculation foncière et gentrification, perte des activités traditionnelles, réorganisation de l'espace urbain au profit de touristes et au détriment des habitants. Or cette monumentalisation de la ville n'est pas la seule perspective possible si on part des besoins des habitants que l'on entend laisser sur place. Certains thèmes seront présents, tels la réfection des réseaux, ou le maintien de petites activités économiques, artisanales ou non. Les monuments ne sont plus la référence mais le levier, et la beauté de la ville est considérée autant du point de vue de ses résidents que de celui des touristes.

Mais cette remise en cause des effets attendus de la culture peut encore aller plus loin. Les équipements culturels, tels les maisons de la culture les musées, etc., seront donc présentés comme catalyseurs de références, espaces des nouveaux liens recherchés. Or une chose est de constater ces initiatives, autre chose serait d'y voir des recettes. Peut-on penser que l'utilisation d'équipements culturels ou patrimoniaux saura dépasser les effets des dysfonctionnements engendrés par les autres équipements censés contribuer à l'intégration, tels ceux de formation et d'emploi. Il existe ici deux types de mécanismes d'intégration au moins, mais que se passe-t-il alors si ces deux ressorts intégration ne fonctionnent pas à l'unisson? On peut concevoir une intégration sociale sans intégration culturelle. C'est le cas où l'absence du chômage peut s'accompagner du maintien d'inégalités, notamment en matière culturelle. La situation opposée est celle de cas où coexistent absence d'intégration sociale et forte intégration culturelle. Les équipements culturels et patrimoniaux fonctionneraient en quelque sorte à l'inverse du marché. Une telle situation est explosive: les aspirations à l'égalité finissent par être démenties, la "banlieue" se transforme en "ghetto", les "classes travailleuses" en "classes dangereuses", l'égalité du dedans en coupure du dehors.

Considérons à titre de symptôme l'évolution des graffitis et la signification prise par les tags. Au départ ces graffitis sont des graffitis de contenu: ils délivrent un message explicite quant aux ruptures politiques ou idéologiques à entreprendre. Puis ils deviennent des graffitis de détournement: sur des affiches publicitaires, ils apparaissent comme des signes de contestation des rêves, de dénonciation des illusions. Aujourd'hui, les tags sont des hiéroglyphes urbains qui entendent faire savoir que l'on existe. Il ne s'agit pas d'une demande d'avantages matériels, mais d'une de-

mande de place, demande à laquelle les institutions ne peuvent d'ailleurs pas répondre. D'où que ces graffitis portent prioritairement sur les équipements de transport, de police et de formation. On est en présence d'une marquerie généralisée qui permet à chacun de s'affirmer de manière contradictoire.

X.G.

Université de Paris I - Sorbonne

1 Reinach S. (1924). *Apollo : Histoire générale des arts plastiques*, Paris, Hachette, pp.1-2.

2 Idem, p.2.

3 Greffe, X. (2002). *Arts et artistes au miroir de l'économie*, Paris, UNESCO.

4 Greffe X (2000). *L'emploi culturel à l'âge du numérique*, Paris, Anthropros.

5 Bernié-Boissard C., Dreyfuss L. & Nicolas-Le Strat P. (1999). *Ville et emploi culturel, Le travail créatif-intellectuel dans les agglomérations de Nîmes et Montpellier*, Université Paul Valéry, ARPES, p. 96.

6 Waquet D. & Laporte M. (1999). *La Mode, Paris*. PUF, Collection Que sais-je?, N°3426, p. 37.

7 Ministère de la culture (1998). *Les designers textile et surface*, Paris, Département des Études et de la Prospective, p.17.

8 Caves, R. (2000). *Creative Industries : Contracts between Art and Commerce*, Cambridge, Mass., Harvard University Press.

9 Cette propriété est souvent assimilée à l'importance relative des coûts fixes, à ceci près que les coûts fixes peuvent très bien être récupérés.

10 Ritzer G. (1999). *Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*, London, Sage, p. 8.

11 Campbell C. (1989). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumption*, Oxford, Blackwell, p. 153.

12 Williams R. (1982). *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*, Berkeley, University of California Press, pp.70-71.

13 Mac Donell, V. & X. Greffe (1995). *Local development and cultural Industries*, European Commission, DG V, Working Paper, pp. 25-6.

14 À Blyth (Royaume-Uni), des trajectoires de réinsertion de chômeurs de longue durée ont été organisées autour de la possibilité pour ces derniers de participer à des activités de préparation d'un spectacle théâtral pour qu'ils puissent ainsi développer leur confiance en soi, leur motivation et leur esprit d'initiative.

15 Mac Donell, V. & X. Greffe (1995), *Local development and cultural Industries*, ouvrage cité, pp. 27-8.

16 Roulleau-Berger L. (1999), *Le travail en friche : les mondes de la petite production urbaine*, La Tour d'Aigues, Editions de l'Aube.

17 Les artistes y sont en résidence et peuvent échanger entre eux leurs pratiques, plus larges que celles traditionnellement mobilisées par des spectacles artistiques ou culturels.

18 "Guggenheim, Bilbao and the Hot Banana", Financial Times, September 4th, 2001, p. 11.

19 Citons quelques friches partenaires du réseau européen Trans Halles Ateneu Popular Nou Barris (Espagne), Beat Initiative (Royaume-Uni), Bloom (Italie), CC Lamprana (Croatie), Confort Moderne (France), De Effenaar (Pays-Bas), Emmetrop (France), Free Culture (Russie), Friche la Belle de Mai (France), Halles de Schaarbeek (Belgique), Kaapelitehdas (Finlande), Kultur Frabrik (Luxembourg), La Laiterie (France), Lugar Común (Espagne), Clube Portugues de Artes e Ideias (Portugal), Mains d'œuvres (France), Metelkova (Slovénie), Moritzbastei (Allemagne), Multihus Tobaksfabrikken (Danemark), Pekarna Magdalenske UFA-

Fabrik (Allemagne), WUK (Autriche).

20 cf. Friches industrielles, lieux culturels, Actes du colloque organisé les 18 et 19 mai 1993 à La Laiterie à Strasbourg, cf. sources bibliographiques.

21 Chauvin, M.(2000). *Les friches culturelles, Mémoire de troisième cycle*, Université de Paris I p. 7.

22 A la fois très ancien et "recréé" récemment, Babelsberg près de Berlin offre un exemple de ce que souhaite être un district culturel sur la base d'initiatives en grande majorité privées.

23 Greffe X, (1999), *La gestion du patrimoine culturel*, Paris : Economica-Anthropos.

24 Origet du Cluzeau Cl. (1998). *Le tourisme culturel*, Paris : PUF, Que sais-je ? N°3389, p.14-15.

25 Amirou R. (1995). *Imaginaire touristique et sociabilité du voyage*, Paris, Presses Universitaires de France.

26 Observatoire National du Tourisme (1998). *La fréquentation des lieux culturels et non culturels en France métropolitaine en 1991 et 1996*, Paris, Analyses et perspectives du tourisme, N°51.

27 C'est le problème dit de Lascaux pour lequel la solution trouvée fut de créer une grotte artificielle et à l'identique. En fonction des sites, d'autres solutions doivent ou peuvent être retenues.

28. A partir de 1990, un programme d'investissements en environnement urbain avait pu être entrepris et conduit à terme dans de bonnes conditions, en liaison avec l'arrivée de nouvelles entreprises et une véritable réanimation du quartier: réhabilitation d'une trentaine de sites industriels, repavement des rues, renforcement de l'éclairage urbain, aménagement d'un nouveau mobilier urbain, mesures de sécurité et de salubrité. Aux 120 millions d'euros d'origine communautaire et public se sont ajoutés environ 70 millions d'euros de la part du secteur privé.

29. A. Munnelly (1997). "The Temple Bar Experience: Innovative Ways of Creating Employment in the cultural Sector", dans C.Bodo, ed., *New Frontiers for Employment in Europe*, Roma : Circle Publications N°9, 73-74.