

UNIVERSITE DE NEUCHATEL • INSTITUT DE GEOGRAPHIE
Espace Louis –Agassiz 1 • CH – 2001 Neuchâtel

Etude de terrain

**POLITIQUES CULTURELLES ET
DEVELOPPEMENT URBAIN DE LA
VILLE DE NANTES**

AVRIL 2014

Corpus de textes

TABLE DES MATIERES

Introduction	5
<i>Valérie Sauter et Sarah Widmer, assistantes</i>	
Le patrimoine industriel et maritime dans les projets urbains de l'île de Nantes	7
<i>Céline Chevalley et Martin Kottelat</i>	
Nantes et son « Quartier de la Création » : une stratégie qui voyage.....	27
<i>Valérie Kpahi et Morgane Mella</i>	
Le Karting : les effets de la proximité géographique	40
<i>Megane Léderrey</i>	
Entre répartition spatiale et démocratisation : les enjeux des infrastructures culturelles.....	57
<i>Rosalie Muriset et Anne Vuilleumier</i>	
Les enjeux d'une promotion territoriale axée sur la culture : le cas du Voyage à Nantes	77
<i>Gianfranco Cutruzzola et Estelle Paratte</i>	

INTRODUCTION

Valérie Sauter et Sarah Widmer, assistantes

Chaque année, l'Institut de géographie de l'Université de Neuchâtel organise un travail sur le terrain pour ses étudiants de maîtrise. Ainsi, durant cinq jours, les participants sont confrontés aux réalités et aux problèmes concrets que rencontre le chercheur. Le but premier de cet exercice est de compléter la formation théorique reçue durant l'apprentissage académique par une expérience de recherche autour d'une thématique spécifique à un contexte urbain.

Lors du terrain 2014, les étudiants se sont intéressés aux évolutions récentes de la politique culturelle de la ville de Nantes. Depuis plus de vingt ans déjà, le développement de projets culturels et artistiques est une stratégie qu'adoptent de nombreuses villes afin de régénérer leur territoire et de redéployer leur économie. Facteur d'attractivité pour une « classe créative » hautement qualifiée (Florida 2004), atout majeur de compétitivité au niveau international : la culture est souvent envisagée pour les retombées économiques qu'elle engendre. Elle est également considérée comme un vecteur de développement social, permettant de valoriser certains quartiers, d'accroître le capital humain, et de tisser du lien entre les habitants. Dans ce contexte, bien plus que de simples politiques sectorielles, les politiques culturelles urbaines deviennent de véritables outils de développement territorial.

L'exercice de terrain s'est déroulé en trois phases distinctes :

- 1) dans un premier temps, un séminaire d'étude a été organisé. Les étudiants ont pu commencer à « défricher » le sujet et à faire connaissance avec le terrain d'étude choisi. Par groupe de deux les étudiants ont choisi un sujet particulier lié à la thématique du terrain. Les sujets définis avaient pour but d'explorer différentes facettes du « tournant créatif » qu'a récemment amorcé la ville de Nantes. Ensuite, lors d'une présentation orale devant les autres participants, chaque équipe a énoncé son projet, ses hypothèses ou objectifs de recherche et la méthodologie envisagée durant les cinq jours sur le terrain ;
- 2) dans un second temps, du 30 mars au 4 avril 2014, les étudiants ont réalisé leur enquête sur le terrain. Ils ont ensuite rédigé un rapport présentant leurs résultats. Ces textes constituent la matière de ce fascicule, reflétant lui-même la somme d'un travail commun ;
- 3) dans un troisième temps, les étudiants ont présenté oralement une synthèse des résultats obtenus au cours de leur travail de terrain.

Les précédents terrains ont été réalisés à la Brévine, Saignelégier, Tavannes, Boncourt et Saint-Ursanne en Suisse ; en France, à Cluny, Arbois, Ornans, Abondance, Baume-les-Dames, Munster, Salins-les-Bains, Morez, Ronchamp, Poligny ou encore Crest. Dès 2008, le séminaire s'est redéployé sur l'étude de contextes urbains, en examinant une thématique spécifique pour chacune des villes sélectionnées. Ainsi, en 2008, il a porté sur la gentrification dans la Médina de Marrakech ; en 2009, sur les projets urbains à Lyon ; en 2010, sur les dynamiques urbaines et universitaires à Grenoble ; en 2011, sur les espaces des institutions européennes et de leurs élites à Bruxelles ; en 2013 sur la récente politique culturelle de la ville de Toulouse. Lors de son édition 2014, le terrain a été consacré à la thématique des politiques culturelles à Nantes, une ville ayant amorcé son « tournant culturel » (Cochrane, 2007) à la fin des années 1980, lors de l'accession du socialiste Jean-Marc Ayrault à la mairie.

A cette époque, Nantes est confrontée au déclin de ses activités industrielles et à la fermeture de ses chantiers navals, emblèmes de son économie. La promotion d'événements culturels devient, alors, un puissant levier permettant de créer des emplois et de redonner une identité ainsi qu'une nouvelle visibilité à la ville. Ainsi, trois ans après la fermeture du dernier chantier naval, se tient la première édition du festival « les Allumées », sous la direction de Jean Blaise, autre acteur majeur de la « mise en culture » de Nantes. Premier témoignage du tournant culturel que la ville est en train d'amorcer, le festival accueillera, de 1990 à 1995, des artistes provenant de six grands ports étrangers, et investira différents lieux de la ville dont certaines friches navales. En dehors des « Allumées », la vie culturelle qui éclot pendant les vingt-trois ans que durera la présence d'Ayrault à la municipalité, connaît d'autres moments forts : l'accueil de la - désormais célèbre - compagnie de théâtre de rue « Royal de Luxe », dont les réalisations inspireront l'idée du grand éléphant des « Machines de l'île » ; les trois éditions de la biennale d'art contemporain « Estuaire », entre Nantes et Saint-Nazaire ; le festival « La folle journée » et son ambition de faire découvrir la musique classique au plus grand nombre.

Mais plus que d'un « tournant culturel » de la politique urbaine nantaise, on pourrait parler d'un récent tournant « créatif » de celle-ci. En effet, si la municipalité continue d'encourager les arts et la culture, elle soutient dorénavant aussi le développement des industries créatives (design, mode, développement informatique et multimédia, etc.). Cette volonté de développer l'innovation et la création « au sens large » s'observe notamment dans le vaste projet de réaménagement de l'île de Nantes autour de la réalisation d'un « Quartier de la création ». C'est sur ces évolutions récentes de la politique culturelle nantaise et, en particulier, sur le développement du quartier de la création qu'ont travaillé les étudiants du terrain 2014.

Au nom de l'Institut de géographie et de ses étudiants, il nous reste à remercier pour leur aide précieuse : M. Laurent Devisme, enseignant et chercheur à l'École nationale supérieure d'architecture de Nantes, ainsi que les habitants et professionnels de la ville de Nantes qui ont eu la gentillesse de participer aux entretiens et de consacrer du temps pour répondre aux nombreuses sollicitations des étudiants.

Les Professeurs de l'Institut de géographie de l'Université de Neuchâtel, les étudiants et les soussignées sont particulièrement reconnaissants à toutes ces personnes d'avoir permis la réalisation de ce travail dans des conditions optimales.

BIBLIOGRAPHIE

Cochrane, A. 2007: Taking the Cultural Turn. In: Cochrane, A.: *Understanding urban policy: a critical approach*. Malden Mass : B. Blackwell, 104-119.

Florida, R. 2004, *Cities and the creative class*, New York: Routledge.

LE PATRIMOINE INDUSTRIEL ET MARITIME DANS LES PROJETS URBAINS DE L'ÎLE DE NANTES

Céline Chevalley et Martin Kottelat

1. CADRE CONTEXTUEL : LE CAS DE NANTES

Nantes s'est construite grâce à la Loire, son fleuve. La ville française a connu une histoire d'industries et de commerce maritime, prospérant notamment grâce au commerce triangulaire jusqu'au XIX^{ème} siècle. Elle était devenue un véritable pôle européen de la traite négrière. Raffineries et fonderies, manufactures de toile et corderie, agroalimentaire ou encore fabrication et réparation de navires sont quelques autres exemples des activités qui ont foisonné dans le cadre nantais (DE GRAVELAINE 2009b ; MASSON et al. 2013).

Ensemble d'îlots à l'origine, l'actuelle île de Nantes, archipel au centre de la ville séparé par les deux bras de la Loire, s'est formée grâce au comblement des canaux entrepris au fil des siècles. L'industrialisation de la pointe ouest de l'île, la Prairie-au-Duc, a pris son essor lorsque les chantiers navals s'y installèrent en 1842 pour un siècle environ. Amorcées depuis les années 1960, les délocalisations d'entreprises et la désindustrialisation progressive vont peu à peu transformer le tissu urbain nantais (PEYON 2000 ; MASSON et al. 2013 ; NICOLAS & ZANETTI 2013). La fermeture des chantiers Dubigeon en 1987, dernier site de construction navale situé sur l'île de Nantes, marque la fin de la grande industrie maritime, « *laissant en friche un vaste territoire, au cœur de la Loire et en bordure immédiate du centre-ville* » (NICOLAS & ZANETTI 2013 : 186).

Cette crise sociale et économique marqua profondément les autorités politiques et les Nantais. De nombreux élus et propriétaires fonciers cherchaient à tourner la page et à réorienter l'avenir de Nantes le plus rapidement possible, en détruisant notamment les traces de l'activité portuaire sur l'île. Les anciens de la Navale, formés en groupe de militants et d'ouvriers, réagirent face à ces destructions (PEYON 2000 ; MASSON et al. 2013). Ils tentaient déjà de sauver des traces matérielles et les savoir-faire techniques propres aux chantiers dès 1985. Finalement, lorsque Jean-Marc Ayrault est élu maire en 1989, les autorités de la ville décident de racheter la zone des anciens chantiers et d'interrompre la démolition. Les prémices des réflexions sur le patrimoine industriel et maritime à Nantes débutent donc à partir de cette époque-ci.

Dans les années 1990, le territoire de l'île de Nantes « *devient une véritable opportunité à même de doter la ville d'un projet de renouvellement urbain d'ampleur* » (NICOLAS & ZANETTI 2013 : 187). Finalement, suite à un « marché de définition », l'équipe d'architectes dirigée par Alexandre Chemetoff prend en main le projet « île de Nantes » en 1999. Répondant au cahier des charges en prenant en compte l'existant, il est allé plus loin en se focalisant sur les traces du passé, en pensant l'île dans son entier ou encore en proposant de conserver l'identité du territoire. « *Le chantier de l'île de Nantes, dans lequel on privilégie la réutilisation à la destruction, se veut exemplaire de cette conciliation entre densification et requalification*

urbaines d'une part et conservation de la mémoire ouvrière et industrielle d'autre part. » (GARAT et al. 2001 : 14).

Les politiques et la SAMOA (la Société d'Aménagement de la Métropole Ouest Atlantique), une société publique créée en 2003 pour piloter le projet urbain en question (DE GRAVELAINE 2009a), soutiennent le développement d'un « Quartier de la création », quartier qui rassemblera à terme « *un panel d'activités créatives pour devenir un véritable pôle d'excellence arts et culture* » (ILE DE NANTES, en ligne). Ceci prend son sens à la lumière du « tournant culturel » (COCHRANE 2007) que Jean-Marc Ayrault a initié dès son arrivée à la tête de la municipalité en plaçant la culture au centre du projet de développement urbain. Depuis, la scène artistique nantaise est reconnue et « *participe directement à la valorisation de la ville de Nantes en France et à l'étranger* » (SAGOT-DUVAUROUX 2010 : 4). Les efforts produits pour stimuler la rencontre entre entrepreneurs et créatifs (DE GRAVELAINE 2010) ainsi que les investissements effectués dans les infrastructures et les productions culturelles confirment la stratégie adoptée pour être compétitive et visible en tant que métropole.

L'ancien festival des « Allumées », la triple biennale d'art contemporain « Estuaire » et ses multiples œuvres d'art pérennes ou encore les « Machines de l'île » sont autant d'exemples qui ont pris leur place sur le territoire nantais et son ouverture sur l'océan. Trop de place ? C'est ce que dénoncent des associations de défense du patrimoine, et plus précisément du patrimoine industriel et naval. En effet, plusieurs groupes sociaux se confrontent sur la même scène, sur un territoire dont certains revendiquent l'identité particulière, craignant de la voir oubliée ou remplacée. Jean Relet par exemple, président actuel de la Maison des Hommes et des Techniques, ancien salarié et militant syndical, « *craint fort une banalisation du lieu* » de l'ex-site des chantiers (GAMBERT 2012 : 1).

L'aménagement de l'île de Nantes est ainsi au cœur de controverses marquées et marquantes depuis bientôt 30 ans. Controverses mais aussi négociations parce que plusieurs comités ont été créés au fur et à mesure des années à des fins de participation et de consensus entre acteurs. De nombreux acteurs entrent en jeu dans ces négociations et tâchent de trouver des accords au cours des situations d'interaction (NOVARINA 2000). Concepteurs, dans leur rôle de représentants des politiques, et associations, représentantes de groupes de citoyens, ont donc matière à débat puisque :

« A Nantes, comme partout où la désindustrialisation massive a délité des univers de vie façonnés par le travail, des mémoires auront survécu au déclin de l'activité productive. De larges pans de l'histoire industrielle se lisent encore dans ses traces dont le devenir est l'enjeu de revendication patrimoniales, matérielles comme immatérielles, pas toujours conciliables avec les politiques urbanistiques d'aménagement. » (MASSON et al. 2013 : 26)

Ainsi, sur une île où les débats autour de l'histoire, de la mémoire et du devenir des friches industrielles se cristallisent, nous aimerions distinguer les enjeux et les forces présentes dans les négociations urbanistiques puisque c'est à travers elles que se définit l'aménagement de ce territoire au fort pouvoir évocateur quant à l'image qu'il reflète de la ville. Pour ce faire, nous formulons la question de recherche suivante :

Comment les négociations sur le patrimoine industriel et portuaire entre les concepteurs et les associations se traduisent-elles sur l'île de Nantes ?

A travers les éléments de réponse à ce questionnement, nous entendons rendre compte du poids des différents acteurs dans les négociations, des résultats concrets inscrits directement dans le paysage, des rivalités quant à l'usage fait des lieux et finalement des anticipations amorcées aujourd'hui pour asseoir les perspectives d'avenir.

2. CADRE CONCEPTUEL

2.1. Le patrimoine, un héritage culturel réapproprié

Le patrimoine désigne « *les héritages matériels ou immatériels reconnus par les sociétés, afin d'être transmis aux générations futures* » (VESCHAMBRE 2007 : 362). Cette notion de patrimoine insiste sur la conservation et sur la transmission d'un bien collectif. Mettre au patrimoine, c'est sauvegarder et valoriser un objet physique ou immatériel du passé. D'après le Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés :

« Ainsi, sa définition semble évidente et simple : ce qu'il nous reste à transmettre du passé, et son but paraît facile à identifier : le conserver. On peut, pourtant, en proposer une lecture autrement plus problématique, pour voir, dans le patrimoine, une dimension idéologique de la mémoire » (LEVY & LUSSAULT 2006 : 692).

Dans les années 1970-1980, un véritable « tournant patrimonial », ou « inflation patrimoniale », s'opère dans les institutions européennes, que ce soit à un niveau politique, urbanistique, médiatique, scientifique ou populaire. En 1972, l'Unesco, l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, contribue à développer et à enrichir la définition grâce à une convention concernant la protection du patrimoine mondial. Cette convention élargit le contenu du terme patrimoine pour aller au-delà du simple monument historique et inclure les paysages naturels et les sites culturels. En France à la même époque, le concept du patrimoine se transforme pour intégrer plusieurs types de bâtis, qu'ils soient historiquement ou esthétiquement reconnus. « (...) *la notion de patrimoine tend ainsi à couvrir des espaces de plus en plus vastes, relevant à la fois du monumental et du quotidien, de l'exceptionnel et de l'ordinaire* » (GARAT et al. 2005 : 5). Depuis ce virage généralisé, les acteurs politiques, aussi bien régionaux, nationaux qu'internationaux, sont fortement concernés par l'usage et la considération du patrimoine comme garant de la diversité culturelle (DEREZ 2005 ; TOMAS 2004).

« C'est qu'en fait, le patrimoine est devenu au cours des dernières décennies, beaucoup plus qu'un enjeu esthétique et historique. Dans un monde où la modernité d'abord puis la globalisation ont développé la crainte de l'homogénéisation et de la banalisation, sa valeur symbolique s'est considérablement renforcée » (TOMAS 2004 : 198).

Plus récemment, dans la fin des années 1990, les pratiques sociales, les traditions et les représentations culturelles, telles que la danse, la cuisine ou encore le langage, sont venues enrichir la définition du patrimoine. De ce fait, cette notion complexe englobe une dimension matérielle et physique, et aussi un domaine immatériel et symbolique. L'ethnologue Denis Cerclet définit bien le consensus actuel qui règne en sciences sociales :

« Le patrimoine n'est pas donné ; c'est eux et nous, en tant que membres d'un groupe social, qui le construisons. Nous interprétons ces objets (matériels ou immatériels) en leur reconnaissant certains signes et symboles qui les rattachent à une dimension patrimoniale. Nous pénétrons ainsi dans l'univers des stratégies sociales car, lorsque nous désignons un objet comme patrimonial, nous projetons sur lui le passé d'un groupe social, que nous le revendiquons comme le nôtre ou que nous nous en distinguons » (CERCLET, cité par DEREZE 2005 : 51).

Ainsi, pour les chercheurs en sciences sociales, qu'ils soient géographes, sociologues ou historiens, le patrimoine n'est pas un fait donné : il s'agit avant tout d'un construit social. Le patrimoine est donc l'expression d'intérêts, d'idéologies et de valeurs. Dès lors, il est tout aussi pertinent de s'intéresser aux processus sociaux et aux acteurs concernés qu'à l'objet patrimonial, ou dit autrement, de se préoccuper de la patrimonialisation. Ainsi, les discours et les idéologies engendrés sont tout aussi riches en informations que le lieu ou la pratique en question.

« *L'identification d'un lieu comme patrimonial et sa mise en patrimoine (la patrimonialisation) procèdent bien d'une opération intellectuelle mentale et sociale qui implique des tris, des choix donc des oublis : que conserver ? Selon quels critères ?* » (LEVY & LUSSAULT 2006 : 693).

D'après ces mêmes chercheurs, le patrimoine est défini par des critères et des caractéristiques souvent arbitraires. L'identité, les émotions et la culture jouent un rôle très important dans les choix de conservation d'objets sociaux hérités du passé (MORISSET 2012). Selon Chiara Bortolotto : « *L'impulsion identitaire et émotionnelle de la mise en patrimoine, fondée sur les valeurs et critères subjectifs de ses acteurs, est bien connue par les ethnologues et les historiens* » (2012 : 139). D'après les objectifs de la sauvegarde et de la valorisation, le patrimoine devient alors pour les acteurs concernés le témoin d'une mémoire collective et le détenteur d'histoires d'une société. Cependant, le patrimoine peut se dire « vivant » lorsque les pratiques, les objets, les lieux et le savoir-faire sont encore connus et utilisés actuellement. Le terme de « patrimoine vivant » ou « mémoire vive », selon Gérard Dérèze, « *vise à identifier l'ensemble des traditions ou pratiques sociales inscrites dans la vie quotidienne d'une communauté et soutenues par l'action de personnes ou institutions relais de la transmission qui caractérisent et construisent ainsi son identité culturelle* » (2005 : 49). Cette « mémoire » s'inscrit donc autour d'individus ayant vécu les lieux et/ou les pratiques qui deviennent alors de véritables porteurs de mémoires et de souvenirs. Enfin, le patrimoine permet également de dynamiser des objets, non plus comme des traditions, mais comme des expressions contemporaines de pratiques et de représentations.

« *Au fond, et de manière un peu paradoxale aujourd'hui, l'appel au patrimoine invoque, secondairement, le passé, mais concerne, prioritairement, le présent et provoque, dans une certaine mesure, le futur* » (LEVY & LUSSAULT 2006 : 693).

Le patrimoine est donc vu comme un héritage du passé qu'un groupe social actuel s'est approprié et a investi de sens afin de le transmettre aux générations futures (LAMY dans PORRIER & VADELORGE 2003). Dans ce travail de recherche, notre groupe va tenter de conserver cette dimension temporelle.

2.2. Le patrimoine comme enjeu

Dans les premières recherches géographiques sur le sujet, le patrimoine est présenté comme facteur d'unité pour la société, permettant l'arrivée de nouvelles formes de solidarité. Il est perçu comme un moyen de renforcer la cohésion, identitaire notamment, de la société. Mais rapidement, les géographes se sont intéressés également aux rapports de force et de pouvoir existant autour de la question patrimoniale (VESCHAMBRE 2007). Ils ont mis en lumière le fait que le patrimoine apparaît comme un objet de lutte d'intérêts entre différents groupes d'acteurs et d'organisations.

« *On le voit, les multiples travaux publiés depuis les années 1990 ont conduit à un glissement d'intérêt. Pour rendre compte du sens du patrimoine, on a progressivement mis l'accent sur les politiques qui le mettent en œuvre.* » (PORRIER & VADELORGE 2003 : 17)

Dans cette approche plus axée sur les phénomènes de pouvoir et sur les controverses, le patrimoine est vu comme une ressource symbolique et une arme permettant d'avoir un véritable poids dans les politiques urbaines. Comme le dit Vincent Veschambre : « *La patrimonialisation y est envisagée de manière privilégiée comme mode d'appropriation de l'espace et de légitimation des groupes sociaux* » (2007 : 373). Les patrimoines des villes apparaissent alors comme des domaines de négociation dans la pratique de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme. Olivier Givre n'hésite pas à utiliser le terme fort d'« arène patrimoniale » pour désigner les champs d'actions où s'affrontent les différents partis (2012). Vincent Veschambre résume :

« *Le patrimoine en géographie révèle des approches différentes. Les uns mettent l'accent sur le vivre ensemble et sur le lien social, sur les nouvelles solidarités, en articulant le patrimoine au territoire. Les autres insistent plutôt sur les conflits autour de la définition et l'appropriation du patrimoine, sur les enjeux de pouvoir et de légitimité, sur les inégalités en matière d'accès au patrimoine* » (2007 : 373).

Pour la suite du dossier, notre groupe de recherche va essayer de combiner ces deux approches. Le patrimoine est donc vu comme une ressource physique et symbolique, discuté et disputé, pouvant se révéler créateur de cohésion ou de tensions.

2.3. Le patrimoine industriel et portuaire

La catégorie industrielle et portuaire est un type particulier de patrimoine. Elle reprend, comme nous l'avons décrit précédemment, toute la question matérielle (les infrastructures, les outils, etc.) et immatérielle (savoir-faire, culture ouvrière, etc.), ainsi que la problématique de la patrimonialisation et le rapport de force entre acteurs. Le patrimoine industriel se distingue cependant des autres par la rapide succession des événements qui ont amené à sa création. La désindustrialisation de l'Europe a en effet posé la question des friches abandonnées et de leur présence symbolique sur le territoire (ANDRIEUX, cité par PORRIER & VADELORGE 2003 : 452).

« *Le processus de patrimonialisation intervient généralement à des moments charnières, lors de mutations socio-économiques qui entraînent la désaffectation de certains bâtiments, de certains lieux, de certains espaces. Ces espaces désaffectés sont alors l'enjeu de tentatives de réappropriation concurrentes. C'est le moment que choisissent certains acteurs pour invoquer le patrimoine.* » (VESCHAMBRE et al. 2001 : 60)

Pour notre groupe, le patrimoine apparaît comme « *un révélateur d'enjeux de pouvoirs et de conflits territoriaux* » (ibid. : 61). Le patrimoine industriel et naval de Nantes est donc vu comme une ressource disputée par les autorités, les concepteurs et les associations prônant la mémoire des chantiers navals et du passé ouvrier. Les tensions s'articulent notamment autour des usages actuels des machines de travail et des bâtiments anciens.



Image 1 (02.04.2014)

La grue Titan jaune sur la pointe de l'île de Nantes a été en activité jusqu'en 1987. Elle est aujourd'hui considérée comme un témoignage de l'histoire industrielle de la ville par les habitants.

3. QUESTIONS ET OBJECTIFS DE RECHERCHE

Pour rappel, nous visons par cette étude à répondre à la question suivante : « *Comment les négociations sur le patrimoine industriel et portuaire entre les concepteurs et les associations se traduisent-elles sur l'île de Nantes ?* »

Les enjeux liés à la place du patrimoine industriel et naval dans l'aménagement urbain sont multiples : mémoriels, identitaires, culturels, touristiques, économiques, tout est question de ce que l'on garde et de ce que l'on en fait. Amélie Nicolas affirme qu'un « *jeu de référence au passé des lieux s'est matérialisé* » à Nantes (2010 : 167). Mais ce jeu ne s'arrête pas là : « *la promotion d'une offre culturelle ambitieuse doit se charger d'animer ces formes urbaines conservées* » (NICOLAS & ZANETTI 2013 : 187). C'est donc sur un double registre que le redéveloppement de la ville se base : les valeurs patrimoniales au sens classique du terme et les valeurs contemporaines de culture esthétique et ludique (ibid.). Il s'agit peut-être aussi de faire un « juste mélange » de l'histoire et du contemporain, de la mémoire et de la nouveauté pour régénérer une ville (COCHRANE 2007).

Jean-Pierre Peyon nous dit que « *Dans un contexte de grave désindustrialisation, l'heure est aujourd'hui au consensus autour de l'idée d'un patrimoine représentant un atout pour la ville mais également à la rivalité autour de son appropriation et de sa mise en valeur* » (2000 : 113). Il apparaît que les controverses se cristallisent dans des lieux particuliers, défendus par des associations lorsque les projets urbains ne respectent pas les valeurs que leurs membres soutiennent. Y a-t-il alors un processus de négociation ? Quel poids les différents acteurs ont-ils dans les négociations ? Quels sont les objets et les arguments de négociation ? Et quels sont les résultats de ces négociations ? Fixés pour combien de temps ? Ces questionnements sont exprimés dans deux sous-questions qui nous permettront de répondre à notre question de départ. La première s'exprime comme suit : « *Dans quelle mesure la préservation de certains lieux industriels et navals et leur usage sont-ils sources de controverse entre les concepteurs et les associations du patrimoine sur l'île de Nantes ?* » Pour y répondre, nous disséquons les multiples controverses relatives au patrimoine sur l'île de Nantes avec les objectifs suivants : définir le poids des associations dans l'aménagement du territoire ; comprendre ce que l'on préserve et pourquoi, en se basant sur les notions de mémoire et de temporalités ainsi que de conflit territorial et identitaire ; et enfin discuter les usages attribués aux lieux conservés dans une optique de revalorisation culturelle et de recherche de sens. Nous traduirons ainsi autant le rôle apparent des acteurs dans les négociations que les résultats et enjeux de celles-ci en termes de patrimoine. Notre deuxième sous-question nous mènera dans une dimension hypothétique en essayant de cerner « *Quel est le devenir des associations dans les négociations sur le patrimoine industriel et naval nantais ?* ». En effet, forts des analyses sur la situation depuis 1987, nous posons comme objectifs d'estimer comment les négociations ainsi que la place du patrimoine évolueront au vu de la disparition et de l'apparition de certains acteurs.

4. METHODOLOGIE

4.1. Les entretiens

La méthode qualitative par entretien semi-directif a semblé être la technique la plus pertinente pour notre cas. Les entretiens enregistrés ont été orientés grâce à une grille constituée au préalable et comportant des questions précises répertoriées par thématique. Voici les différents acteurs interrogés durant notre semaine de terrain à Nantes :

Concepteurs et services de la ville de Nantes

Lénaïc Lebars, chargée de la communication de la Société d'aménagement de la Métropole Ouest Atlantique (SAMOA). Entretien de 50 minutes réalisé le 1^{er} avril 2014.

Marie-Hélène Jouzeau, cheffe de la Direction du Patrimoine et de l'Archéologie (DPARC), et *Olivier Absalon*, chargé de mission patrimoine industriel, maritime et fluvial au DPARC. Entretien de 1h15 réalisé le 2 avril 2014.

Membres d'associations du patrimoine industriel et naval

Arnaud Biette, président d'Entreprise et patrimoine industriel (E+PI) et secrétaire général du Centre Culturel Maritime de Nantes (CCMN). Entretien de 2h50, réalisé le 31 mars 2014.

Jean Relet, président de la Maison des Hommes et des Techniques (MHT) et ancien de la Navale, et *Elise Nicole*, employée de la MHT. Entretien de 3h30, réalisé le 2 avril 2014.

Hervé Grossin, président du Centre Culturel Maritime de Nantes (CCMN). Entretien d'une heure, réalisé le 3 avril 2014.

Chercheurs sur le patrimoine industriel et naval

Amélie Nicolas, docteure en sociologie, chercheuse au laboratoire Langages, Actions Urbaines, Altérités (LAULA), maître-assistante associée à l'École Nationale Supérieure d'Architecture de Nantes (ENSA). Entretien d'une heure, réalisé le 1^{er} avril 2014.

Jean-Louis Kerouanton, vice-président chargé du patrimoine immobilier à l'Université de Nantes, chargé de mission patrimoine industriel patrimoine du XX^e siècle au Ministère de la Culture et de la Communication (DRAC) et membre du Comité de rédaction de la revue *Archéologie industrielle en France*. Entretien d'une heure, réalisé le 3 avril 2014.

Nous avons également assisté à une conférence sur l'urbanisme et la politique culturelle à Nantes donnée par *Laurent Devisme*, directeur du Laboratoire LAUA et maître-assistant à l'ENSA. Ce colloque s'est déroulé le 31 mars 2014 pendant environ 2h30.

Dans notre dossier, les chercheurs ont un statut particulier. Les entretiens ont été utilisés à la fois dans la construction de la problématique et dans la partie analytique. Lorsque que les chercheurs parlent en tant que spécialistes du patrimoine et débâtent avec nous sur les questions de mémoire, de transmission et d'histoire, les passages ont été retenus pour être des compléments théoriques. Quand ils se lancent sur des cas particuliers de Nantes ou donnent leur avis personnels, leurs propos ont été davantage utilisés dans le cadre de l'analyse.

5. PRESENTATION DES RESULTATS

5.1. Résultats de la première sous-question

A travers cette première sous-question, « *Dans quelle mesure la préservation de certains lieux industriels et navals et leur usage sont-ils source de controverses entre les concepteurs et les associations du patrimoine sur l'île de Nantes ?* », nous entendons mettre en lumière les arguments de mémoire, d'identité et de recherche de sens qui animent les controverses. Elle permet aussi d'évaluer la place laissée au patrimoine et à ses représentants sur l'île de Nantes. Suivant l'énoncé de cette sous-question, nous abordons l'analyse sous l'aspect des éléments préservés dans un premier temps puis de l'usage qu'il en est fait dans un second temps.

5.1.1. Des traces patrimonialisées

Notons d'entrée que la *mémoire* est prise en compte ici parce que le patrimoine industriel est récent et qu'il y a donc encore des gens pour évoquer comment cela se passait. De manière

générale, on peut dire que les anciens de la Navale défendent les héritages industriels, les souvenirs liés à leur lieu de travail ainsi que la culture ouvrière, mais il y a eu progression dans les arguments au fil des années. En réaction à la fermeture des chantiers Dubigeon en 1987, les ex-ouvriers de la Navale cherchent à sauvegarder des traces pour préserver le groupe. Le traumatisme de voir tout disparaître est en effet énorme : « *Nous les gars de la Navale on ne croyait même pas que ça pouvait fermer. Déjà ça, ça fait très mal ! Mais au-delà de ton boulot, de ton salaire, c'est toute l'appartenance à un groupe, donc tout un tas de facteurs identitaires qui font que tu existes qui disparaissent* » (Jean Relet, président de la MHT). Alors des actions sont entreprises : « *A ce moment-là, on a commencé à essayer de sauver un certain nombre de choses. On se disait que ce n'était pas possible que tout ce que représentent ces lieux-là soit simplement jeté à la poubelle* » (Jean Relet). Sous cette égide, plusieurs édifices sont sauvés de la démolition, comme le bâtiment de Direction des anciens chantiers navals (devenu la MHT et siège de plusieurs associations) ou encore la grue Titan jaune, pour laquelle il a fallu « *aller chercher des bouts chez le démolisseur* » nous dit M. Grossin.

Les anciens de la Navale forment alors un groupe dont la mémoire collective est très attachée à leur site, comme pour tout groupe qui se voit affecté si le lieu d'ancrage de sa mémoire est modifié (HALBWACHS, cité par NICOLAS 2010). En collaboration avec d'autres associations, ils travaillent à rendre productive et partager cette mémoire avec le public en ouvrant les portes de leur Maison (MHT) et en mettant sur pied des expositions et des semaines du patrimoine industriel et naval (Jean Relet). C'est donc une véritable revendication patrimoniale qui se construit : « *Parce qu'arrivés en 1999, on a élaboré notre pensée, y compris sur les notions mêmes de patrimoine. Quand le chantier a fermé, on ne parlait pas de patrimoine nous. (...) Mais la confrontation, l'échange avec les autres associations et avec les autres personnes qui venaient nous voir nous ont menés à affuter nos arguments. Nous avons pris du recul aussi. (...) Finalement, ce territoire-là était plus fort en 1999 qu'en 1987 parce qu'il s'était chargé de plein de symbolique* » (Jean Relet). En plus de la mémoire, c'est un appel à l'histoire de la ville et du monde ouvrier qui entre en jeu pour créer un récit que les Nantais puissent s'approprier. Cette revendication prend donc forme et gagne en puissance en s'appuyant sur une symbolique forte, mobilisée dans les négociations. Un des critères pour suggérer la mise en patrimoine de bâtiments découle alors de cela quand on évalue : « *en quoi l'édifice représente une identité à un moment donné pour une partie de la population locale qui se retrouve dedans ? Ou en quoi a-t-il joué un rôle à un moment dans l'histoire de la ville ?* » (Arnaud Biette).

Ces sollicitations patrimoniales participent à des prises de conscience successives quant à la place du patrimoine industriel et naval dans l'esprit des politiques. Ceux-ci finiront par choisir le projet de Chemetoff lorsqu'il s'agira de décider en 1999 de la couleur du renouvellement urbain des friches, « *le seul à vraiment parler du site* » (DE GRAVELAINE 2009a : 11). Les associations ont donc réussi à se faire une place et tous les acteurs concernés par les transformations du site des anciens chantiers navals sont inclus par la SAMOA dans le débat sur l'aménagement de ce site, à raison de réunions hebdomadaires pendant une dizaine d'années. C'est entre autres aussi pour leur expertise dans leur domaine technique que les associations sont consultées par les concepteurs lorsqu'il s'agit de collecter les savoir-faire ou de rénover un espace en respectant les traces présentes. La collaboration n'a cependant pas été sans heurt, comme nous l'indique Mme Lebars : « *il faut savoir qu'on avait aussi affaire à des gens avec des caractères assez forts, voire anciens syndicalistes, donc voilà, des échanges très riches, pour nous, pour eux, il a fallu qu'on travaille ensemble et c'est vrai que ça n'a pas été facile (...) Après évidemment on n'a pas pu accepter toutes les demandes qu'ils faisaient. C'était aussi la volonté de la collectivité de donner un nouveau souffle à ce site. Donc voilà, il y a eu des compromis, des discussions fortes, des concessions de la part des deux côtés.* ». Ce sont par exemple les cales de lancement, les bords de la Loire et le sauvetage des nefs qui ont été discutés. Ces réunions sont donc un espace de valorisation des projets associatifs mais aussi un

espace de captation de la revendication patrimoniale (NICOLAS 2012). La finalité de ces réunions est synthétisée comme suit par Amélie Nicolas, experte sur ce cas :

« Loin d'être évincées du débat, les associations se trouvent au contraire intégrées dans la fabrique urbaine. Cependant, la division, au sein de la fonction de [la SAMOA] entre « gros projets culturels » qui relèvent bien de la partie « culture » et projets des associations qui relèvent de la concertation est significative : il s'agit bien plus de pacifier les rapports et de faire accepter les aménagements envisagés que de répondre aux propositions culturelles des associations. » (NICOLAS 2009 : 246).

Les associations sont donc prises en compte mais pas forcément entendues. Selon Arnaud Biette, « *la MHT a essayé de se battre contre ça [le manège controversé sur le site des anciens chantiers], mais ils n'avaient aucun moyen. La ville fait ce qu'elle veut, tout le terrain leur appartient* ». Toutefois, elles continuent de s'exprimer. Premièrement, elles défendent les éléments physiques qui ont pu être sauvegardés en résultat de la collaboration et des consensus partiels indiqués plus haut. Ces éléments ont en effet une valeur de marquage territorial que les associations soutiennent. Deuxièmement, à chaque nouvelle affectation non concertée si les politiques estiment que les associations ne sont pas concernées, celles-ci peuvent réagir fermement. L'imposition d'une barge-restaurant privée en fixe sur le quai des ex-chantiers, « *Nantilus* », a par exemple réveillé toutes les ardeurs associatives. Les propos recueillis lors de notre entretien avec Jean Relet résument bien la position des associations :

« Il y a eu le coup de la barge qu'ils nous ont mise là, et ça je trouve que c'est un véritable scandale. On a donc mené une grosse bagarre contre cette affaire-là [...] On est tout de suite monté au créneau par la presse, par des interpellations des élus, j'ai moi-même appelé Flahault [l'architecte du bateau]. On a fait des pétitions, en argumentant d'une manière simple: le parc des chantiers est un parc public avec une forte connotation patrimoniale. C'est ça sa raison d'être, ça doit donc rester prioritaire, sinon autant supprimer toute la friche ! Mais ce ne sont plus les critères. En plus, on apprend que ce n'est même plus une attraction supplémentaire du genre des Machines, c'est un privé qui s'installe ! [...] Donc là il y avait aussi une espèce de désappropriation sociale de ce territoire. C'est quelque chose d'énorme qui a été fait là et j'en veux beaucoup à Ayrault de cette affaire. [...] Du privé vient bouffer l'espace public ce qui paralyse un espace fluvial qui aurait pu être un lieu super pour l'animation publique. [...] On n'a pas gagné non plus là-dessus. » (Jean Relet)



Image 2 (03.04.2014)

Les deux grues de type Titan considérées comme du patrimoine industriel (la jaune au centre, la grise à gauche en arrière-plan) côtoient le manège des Machines de l'île (à gauche) et le Nantilus, une barge-restaurant amarrée en fixe sur la Loire (à droite).

Les outils pour se faire entendre sont donc divers mais ces moyens sont relatifs. En effet, les associations reconnaissent n'avoir aucun pouvoir sur le site sinon leur « clapet », expression utilisée par Jean Relet qui ajoute : « (...) *on n'a aucune garantie, à n'importe quel moment ils peuvent nous balancer n'importe quoi sur le site des anciens chantiers* » (Jean Relet). Afin de pallier les utilisations détonantes par rapport aux valeurs défendues par les associations sur ce lieu, le Collectif réclame depuis avant-même le projet « île de Nantes » une « *charte d'objectifs et ensuite d'utilisation de ce territoire* » (Jean Relet). En effet, si les associations ont réussi à obtenir « *un traitement exceptionnel pour un territoire exceptionnel* » (Jean Relet), c'est bien sur les différents usages du site qu'elles s'offusquent encore.

5.1.2. Les usages attribués

Le projet « île de Nantes », qui mélange valorisation du patrimoine industriel et propositions culturelles contemporaines, est véritablement en soi une source de conflits potentielle. Jean-Marc Ayrault a en effet développé dès son entrée à la mairie une politique culturelle forte, basée sur l'événementiel à portée internationale, qui se doit de donner une identité à la ville et qui s'inscrit en large mesure sur l'île de Nantes. Si tous les acteurs ont la même volonté de dynamiser le territoire, les transcriptions en termes de « revalorisation culturelle » opposent alors les différents groupes sociaux présents à Nantes. Jean Relet affirme sa position :

« [...] notre acte le plus fort en direction de l'aménagement du site n'a pas été pour en faire un mausolée, mais pour y mettre en place des outils qui allaient permettre de dynamiser ce territoire-là pour le 21^e siècle en direction du fleuve. Cela me paraît important de le souligner parce qu'on nous dit souvent "ouais les gars de la Navale, ils voudraient toujours rester... tout garder comme avant et tout ça", alors que c'est pas du tout vrai. » (Jean Relet)

Des projets culturels, le collectif et la MHT en ont effectivement aussi (expositions, séminaires, lancements de bateaux même après la fermeture des chantiers). Ils soutiennent également volontiers des initiatives telles que celles menées sur « leur » site par ATA0, une association d'insertion professionnelle avec laquelle ils ont travaillé sur la conception et la construction de petits paquebots. Ce sont là des projets qui vont dans le sens du territoire si l'on interprète les idées de M. Relet. A l'inverse, les groupes fondés sur la mémoire ouvrière désapprouvent clairement les multiples projets liés à la « culture unique de Jean Blaise » (Jean Relet). Le festival des Allumées tenu entre 1990 et 1995 sur les friches portuaires évoque à Jean Relet qu'« on exorcise les lieux, on désacralise. D'ailleurs quand tu passais le lendemain dans les lieux, c'était des cannettes de bières partout, des tags dans tous les bords, bref, après tu pouvais démolir tranquille ! ». Au sujet de l'éléphant et du manège qui marquent le territoire des ex-chantiers d'une manière fortement touristique (emblèmes aujourd'hui du Voyage à Nantes dirigé par Jean Blaise), il reproche une allure de « Disneyland », un prix d'entrée élevé et un manque de sens. Cependant, Jean-Louis Kerouanton fait remarquer que les Machines de l'île font quand même appel à du savoir-faire, de la mécanique, de la fabrication comme les anciens navires construits sur les chantiers. De plus, des photos représentant le passé naval du site sont affichées dans les anciennes nefes où les Machines sont exposées. Enfin, le hangar à bananes, au bout de l'île, a été transformé en 2006 en boîte de nuit. Au vu de sa vision d'entrée sur l'île depuis le fleuve à l'Ouest, le cas du hangar suscite la réaction suivante : « C'est là que je suis peut-être le plus scandalisé : un lieu comme celui-là, cette pointe de l'île, pour moi c'est sans doute le lieu le plus fort de la ville de Nantes, c'est le plus signifiant, même en terme de paysage, (...) cette zone aurait dû demander le plus de réflexion, d'attention et de mobilisation pour ne pas se louper sur un lieu comme ça., Et finalement, en seulement 3 mois, il a été décidé que ce hangar deviendrait une discothèque. Les politiques voulaient un lieu à l'écart du centre-ville où les jeunes pourraient faire du bruit » (Jean Relet).

Se confrontent donc des cultures différentes : ouvrière, artistique, contemporaine, élitiste, etc. De fait, les associations craignent une banalisation, un gommage progressif des particularités et de l'identité du site. Et la SAMOA d'approuver : « Finalement les Machines de l'île ça pourrait être ailleurs dans un autre type de lieu. On va dire que (...) l'usage de ces lieux a complètement évolué. » (Lénaïc Lebars). Mme Jouzeau, directrice du Patrimoine et de l'Archéologie à la mairie, dénonce aussi la chose :

« [...] on voit que la vie de projet et son évolution conduisent à des stratifications qui font que le paysage n'est pas stabilisé, c'est-à-dire qu'on rajoute au fur et à mesure sur le site des éléments et des usages qui n'avaient pas forcément été bien anticipés. On peut donc comprendre une certaine crispation provoquée par le sentiment que la volonté de faire vivre les traces

industrielles et la mémoire se diluent peu à peu dans des usages tels que ceux de loisirs, évènementiels ou beaucoup d'autres. Se pose alors la question de l'équilibre entre mémoire et usages nouveaux du site. »

Enfin, le quartier de la Création qui se dessine aussi sur l'île soulève moins d'opposition puisqu'il est situé sur une portion de territoire différente des anciens chantiers, que la politique adoptée par la SAMOA préserve d'office certains bâtiments de valeur et que les activités industrielles s'y trouvant auparavant ont été délocalisées. Toutefois, un atelier créatif a été installé sur les anciens chantiers, à l'endroit dit de la « Cale 2 », une ancienne cale de lancement des navires. Selon Oliver Absalon « (...) ça n'a pas été facile de se dire qu'on autorisait un acteur associatif, qui est un acteur ni du patrimoine ni de la culture, d'investir un lieu dont les anciens de la Navale se sentaient finalement totalement dépossédés, puisqu'ils s'en revendiquaient héritiers». Les groupes sociaux ont donc des positions différentes en termes d'usages faits des lieux. Là où les associations cherchent avant tout une continuité de sens, les concepteurs s'accordent plus facilement à une utilisation nouvelle.



Image 3 (03.04.2014)

Des nouvelles constructions côtoient du patrimoine (ici la Maison des Hommes et des Techniques). Le renouvellement urbain se traduit par des contrastes dans le paysage de l'île de Nantes.

Il paraît donc légitime que les groupes porteurs de mémoire se sentent menacés dans leur identité et dans l'espace qui leur est encore accordé. Mais le jeu d'acteurs continue : « *Ce qui est intéressant effectivement, c'est l'imbrication des acteurs et la conciliation des volets expert, politique, citoyen et associatif. On voit bien qu'on n'est pas dans quelque chose de figé, mais dans une chose en construction* » (Marie-Hélène Jouzeau). A ce propos, le volet associatif a eu une place clé dans la préservation du patrimoine nantais. Ceci est reconnu par tous, et précisément dans les mots de Mme Jouzeau : « *Mais en tous les cas, ils ont fait un travail qui est reconnu par tous parce que c'est évident que sans eux sans doute, on ne serait peut-être pas allé si loin dans la préservation du site des chantiers et de son histoire. Ils ont aussi fait et continuent de faire un travail patrimonial très important, autour des archives, de l'image, d'une volonté de transmettre des savoir-faire* ». Monsieur Kerouanton identifie leur implication comme un rôle de sauvegarde et d'alerte.

Dans un contexte où le patrimoine sert aujourd'hui d'arme de légitimation aux politiques et concepteurs comme aux associations, l'opposition se cristallise entre autres sur le sens qu'on lui donne. Les décideurs développent en effet les projets de renouvellement de friches sur une « *image de patrimoine* », mettant en avant « *une esthétique industrielle qui s'appuie sur l'idéalisation de la figure de l'ouvrier* » (NICOLAS 2010 : 183). Certains éléments patrimonialisés servent d'ailleurs comme symboles touristiques, à l'exemple de la grue jaune largement utilisée dans la communication culturelle de la ville. Les associations, elles, réclament toujours que le rapport au passé du lieu soit considéré et prolongé. Ainsi, partant de l'idée que « *Le patrimoine est l'enjeu contemporain de l'identité et de la citoyenneté* » et qu'avec lui « *On garde un sens qui n'existe plus, mais qui en tant que trace permet notre identification* » (Jean-Louis Kerouanton), il est possible de dire que les identités du site des anciens chantiers navals peuvent continuer d'évoluer au fur et à mesure des projets. Ces derniers pourraient mener à des résultats moins controversés, comme le souhaite Jean Relet : « *Moi ce que j'espère là encore, c'est que ce n'est pas irrémédiable, et qu'un jour on va se pencher sérieusement sur l'aménagement d'un tel territoire. (...) Cela veut dire des projets porteurs de sens en résonance avec les symboliques industrielles. Pour le moment, zéro.* » (Jean Relet). Si les usages créent donc des oppositions, nous noterons toutefois que l'ensemble des acteurs reconnaissent le soin porté au cours du projet urbain dans la considération des traces du passé.

5.2. Résultats de la deuxième sous-question

L'analyse de notre deuxième sous-question, « *Quel est le devenir des associations dans les négociations sur le patrimoine industriel et naval nantais ?* » est divisée en deux points qui se focalisent sur les enjeux auxquels elles devront faire face dans le futur. Premièrement, nous évaluons comment la disparition de certaines personnes va affecter les associations et comment elles se préparent aux futures négociations. Dans un deuxième temps, nous nous penchons sur les nouveaux acteurs institutionnels du patrimoine.

5.2.1. La disparition des porteurs de mémoire

La plupart des associations du patrimoine industriel et maritime de Nantes sont confrontées à la disparition progressive des personnes témoins du passé industriel et naval. Les porteurs de la mémoire s'éteignent ou se retirent peu à peu de la vie associative en raison de leur âge. Que ce soit au niveau de la connaissance et du savoir ou au niveau de la représentation publique, leur disparition chamboulera la structure, les objectifs et l'influence-même de leur association respective. Les différents acteurs interrogés sont convaincus que cette problématique est un enjeu majeur pour le devenir de leurs communautés. Comme le souligne Jean Relet notamment :

« C'est une question importante, je ne vais pas dire qu'elle nous torture : ce n'est pas dans nos habitudes. Mais oui, on réfléchit à cette question. Quand on arrive effectivement à 20 ans de fonctionnement, avec une population des gens de la navale qui évidemment vieillit et qui ne se renouvelle pas, on arrive forcément à un point culminant. Comment pérenniser la Maison des Hommes et des Techniques ainsi que les associations au-delà des gars de la navale ? [...] Mes collègues qui ont des responsabilités associatives ont à peu près le même âge que moi [69 ans], certains sont même plus vieux. Donc évidemment, on est bien obligé de se préoccuper de l'avenir. »

Les dirigeants des associations du patrimoine ont développé plusieurs stratégies et politiques pour orienter leurs actions face à la perte des membres fondateurs. Les livres, les documentaires, les entretiens et les expositions semblent être une réponse pour certaines associations afin de conserver et diffuser les savoir-faire, l'expérience et les techniques. Jean Relet a notamment une formation dans l'audiovisuel et s'est concentré à produire des films sur la classe ouvrière (LES MOUTONS REBELLES 2005). Selon l'historien Jean-Louis Kerouanton, ce procédé permet de sauvegarder une bonne partie du contenu, même si la rencontre avec le porteur de mémoire et son expertise du geste est perdue. L'association Entreprise et patrimoine industriel effectue également un travail similaire de récolte de souvenirs et de connaissances :

« L'association Entreprise et patrimoine industriel a un membre qui est un vrai puits de science et un orateur exceptionnel. Il a 70 ans et il aimerait enfin pouvoir lever le pied. On a donc décidé de le filmer et de l'enregistrer. On le pousse aussi à mettre au propre les notes et les recherches qu'il a faites. Mais oui, franchement, nous sommes inquiets de sa disparition. Comment conserver toute la richesse historique qu'il a pu engranger ? C'est un vrai défi ! »
(Arnaud Biette, président de E+PI)

En plus d'une perte intellectuelle, la disparition des acteurs-clés va également modifier profondément l'organisation interne de certaines associations et par conséquent leur poids et leur influence dans l'aménagement du territoire. Ainsi, les organisations profondément liées au passé ouvrier vont disparaître selon la plupart de nos acteurs interviewés si elles n'évoluent pas. La sociologue Amélie Nicolas, spécialiste du patrimoine à Nantes, pense personnellement que *« Dans 10 ans, ce sera complètement fini. Le vieillissement aura eu raison de nombreuses associations »*. La disparition de personnes actives dans les associations amène donc à parler de l'effacement progressif de certains groupes dans les négociations de projets urbanistiques. Pour se renouveler et éviter l'érosion, plusieurs d'entre eux utilisent des stratégies qui consistent à étendre leur terrain d'action :

« On aimerait que la Maison des Hommes et des Techniques soit une référence, un pôle identitaire, pour le monde du travail, et pas simplement un lieu d'histoire mais aussi d'actualités. Si possible, on aimerait que ce soit le monde du travail qui se l'approprie et qu'à un moment donné cela se traduise structurellement. Une fusion avec nos partenaire du Centre d'histoire du travail, pourquoi pas ? Voilà ce que je vois comme réponse pour garantir la pérennisation. » (Jean Relet)

Si à sa création en 1994, la MHT était concentrée sur les métiers liés au fleuve et à l'île de Nantes, elle s'est continuellement élargie à d'autres professions et au monde ouvrier. La dernière exposition en date présentée au public, *« Dockers : corps à l'épreuve »*, est d'ailleurs une volonté de marquer sa place dans l'actualité. Cet événement a pour objectif de parler de l'évolution du métier d'ouvrier portuaire et des problèmes de santé au travail. Une autre technique du comité de la MHT est de recruter des employés jeunes et aux idées politiques similaires. Elise Nicole, récemment recrutée, issue d'une formation universitaire, nous est citée par Jean Relet comme exemple.

D'autres associations ont cependant eu une vision plus globale sur le territoire et le paysage nantais dès l'origine de leur création. Le Centre culturel maritime de Nantes s'est donc emparé du sujet de l'estuaire de la Loire dans une optique de faire découvrir cet espace au grand public. Ainsi dès le départ, il a montré une volonté claire et explicite de s'engager dans l'aménagement et le développement de l'estuaire.

« On voulait aller plus loin dans la démarche patrimoniale et ne pas rester sur un lieu fixe. C'était normal pour les gars de la Navale de rester sur les anciens chantiers car c'est leurs racines. On ne voulait pas rester au même endroit. Le Centre culturel maritime nantais est donc devenu l'association qui prend en compte tout l'estuaire de la Loire ! C'est novateur sur le plan culturel. Si l'estuaire est aujourd'hui au centre de la préoccupation des élus et des aménageurs, on a été l'un des phénomènes déclencheurs. » (Hervé Grossin, président du CCMN)

Actuellement, un Institut d'Estuaire, lieu d'apprentissage sur le développement territorial et le patrimoine à l'échelle de l'estuaire, est en cours de création. L'association Entreprise et patrimoine industriel dirigé par Arnaud Biette se situe dans le même registre. Sa zone d'action dépasse le cadre de la ville de Nantes et ne se limite pas à un type d'industrie ni à un lieu en particulier.

A travers nos résultats et d'après l'entretien avec la chercheuse Amélie Nicolas, nous constatons que ce sont les associations du patrimoine fondées et dirigées par des porteurs de mémoire qui sont les plus susceptibles d'être bouleversées par la perte de leurs organisateurs. Les anciens de la Navale sont à la fois des sources de savoir historique et des acteurs de l'aménagement du territoire. La question de la transmission est donc essentielle pour eux et pour le devenir de leurs projets. Les associations comme la MHT ou l'Histoire de la construction navale tentent par leurs réponses d'élargir leurs actions au monde du travail et à d'autres sites du patrimoine industriel et portuaire. Les associations du patrimoine davantage axées sur l'histoire et la recherche, tels que E+PI ou le CCMN, subiront certainement moins cette disparition que les autres groupements précités. En effet, composées d'universitaires, de chercheurs, de spécialistes et d'industriels, ces organisations ont une structure qui ne repose pas uniquement sur les porteurs de mémoire. D'ailleurs, ces associations ont agi dès le départ sur un spectre plus large dans leur analyse du territoire. Ils travaillent sur des grilles plus globales, comme l'estuaire, ce qui s'inscrit davantage dans les projets de la ville.

Le Collectif des associations du patrimoine industriel et portuaire nantais qui regroupe plus d'une quinzaine d'organisations dont le CCMN, Cale 2 l'île, E+PI, l'Histoire de la construction navale et Nantes la Bleu, est également menacé par son manque d'activité et le désengagement de ses membres. Comme le pense Hervé Grossin :

« Il faudrait que le Collectif assure un peu mieux son avenir. Il n'est plus très agissant. Il l'a été à une époque et pour certains domaines comme la défense des anciens bâtiments et la mobilisation citoyenne. Mais globalement, les actions du Collectif sont essentiellement concentrées au sujet du patrimoine industriel et naval sur le site des chantiers. Pour l'instant en tout cas, il manque de dynamisme. »

Le Collectif, dont les membres se rassemblent à la MHT, n'a actuellement plus de président. Le dernier en date ayant démissionné à cause de dissensions internes, l'avenir du Collectif est en discussion. Constitué avant tout pour être un organisme d'échanges et de discussions, il a été également un groupe de pression important dans les négociations avec les politiciens. Les actions du Collectif ont permis entre autres la conservation et la rénovation de certains bâtiments anciens, tels que la gare de l'Etat, les neufs de la Loire ou encore la grue Titan jaune. Cependant, une fois le site des anciens chantiers navals réaménagé, le Collectif s'est peu à peu endormi et manque actuellement d'objectifs clairs. Une des stratégies pour sa pérennisation

serait, comme c'est le cas des associations liées à la mémoire, d'élargir sa zone d'action: de l'île de Nantes à l'ensemble de l'estuaire de la Loire notamment. La plupart des membres pensent que c'est la meilleure décision à prendre pour accueillir de nouvelles associations et se réinsérer dans les problématiques actuelles du patrimoine.



Image 4 (02.04.2014)

Les anciennes nefs des chantiers navals Dubigeon ont été réhabilitées pour servir de lieu d'exposition des Machines de l'île. Seule la structure métallique a été conservée.

5.2.2. Les nouvelles politiques patrimoniales d'anticipation

En plus d'analyser le devenir des associations, il est nécessaire de prendre en compte le point de vue des concepteurs et des politiques d'aménagement. D'après l'ensemble de nos acteurs, l'approche urbanistique sur l'île de Nantes était celle du cas par cas, ce qui se traduisait concrètement par une vision à petite échelle des objets patrimoniaux. Forte de cette première expérience, une nouvelle politique urbaine est actuellement abordée, celle d'anticiper la place du patrimoine. L'étude réalisée par la Direction du Patrimoine et de l'Archéologie sur le Bas-Chantenay, un quartier au bord de la Loire, a été novatrice dans le sens où elle a précédé la construction et l'élaboration de ce vaste secteur. La DPARC est un service municipal récent, créé en 2008 lors du quatrième mandat à la mairie de Jean-Marc Ayrault, avec pour objectif de conduire une politique publique dédiée aux questions du patrimoine et de l'archéologie. Le service s'articule autour de quatre axes principaux : la production de connaissances, la préservation du patrimoine, la mise en valeur du patrimoine et ses nouveaux usages et, en dernier point, un volet plus communicationnel. Les deux acteurs que nous avons questionnés, Marie-Hélène Jouzeau, cheffe de la Direction, et Olivier Absalon, chargé du patrimoine industriel et fluvial, se considèrent donc chercheurs et acteurs de l'aménagement urbain. Selon eux, la création de ce service résulte des préoccupations des élus et des concepteurs de la ville. La question patrimoniale et la mutation du paysage notamment se révélaient des sujets à conflits :

« Il y avait des tensions, notamment avec certaines associations de défense du patrimoine. Les associations voulaient notamment que les dirigeants prennent mieux en compte l'histoire de la ville. Non pas que les concepteurs n'agissaient pas dans ce domaine-là, mais on avait tendance à isoler chaque entité patrimoniale sans avoir une colonne vertébrale d'actions stratégiques à une échelle du territoire nantais. En plus de ces contestations, les politiciens avaient le sentiment qu'une partie des mutations urbaines leur échappaient et d'une certaine façon voulaient s'assurer de la maîtrise de l'évolution de la ville. » (Marie-Hélène Jouzeau, cheffe de la DPARC)

L'idée première de la DPARC est donc d'effectuer en amont des études patrimoniales des différents projets urbanistiques. Ces études menées par des spécialistes doivent ainsi apporter les éléments nécessaires à la prise de décision des politiciens et également limiter les tensions avec les associations et les citoyens. Une vision globale du patrimoine nantais remplace dans la mesure du possible l'approche au coup par coup. Comme le dit la sociologue Amélie Nicolas « *Pour moi la DPARC c'est l'idée de dire que les questions patrimoniales ont une place dans le champ urbanistique et qu'il faut anticiper les controverses potentielles sur l'espace* ». Ce changement de politique découle néanmoins des préoccupations existantes auparavant sur l'île de Nantes. Une évolution depuis cette époque est palpable. D'après Olivier Absalon, « *On est sur des éléments qui semblent aujourd'hui plus forts et plus solides grâce à notre recherche que par rapport à ce qui relevaient d'une certaine intuition dans le projet île de Nantes* ».

Ce nouveau service institutionnel qui apparaît comme acteur du territoire et du patrimoine a donc changé la situation des groupements du patrimoine. L'un des devoirs de cette Direction est ainsi de prendre en compte les avis et les revendications des associations ouvrières ou d'histoire. Par conséquent, elle doit parfois modérer les positions très engagées du milieu associatif en fonction des plans politiques. Comme l'a indiqué Lenaïc Lebars, la coopération entre institutions publiques et associations locales peut être parfois problématique et freiner le développement urbain. Jean Relet pense néanmoins de la Direction que « *Pour nous, ce sont des alliés dans tous les cas. Même si des fois, on pense qu'ils pourraient davantage se battre et tenir tête aux autorités* ». La collaboration entre la DPARC et les associations ne semble pas s'arrêter à de simples prises de contacts informatifs : des projets peuvent et ont été déjà menés en commun. Ainsi pour Arnaud Biette, « *Même si Olivier Absalon s'occupe du patrimoine industriel, il est seul face à une charge de travail importante. Il a besoin de nous. Donc, évidemment on collabore avec ce service* ». La DPARC se place alors dans une certaine ambiguïté : créée en partie pour se dégager de l'ensemble associatif, elle dépend néanmoins de ces acteurs pour la production scientifique et leur rôle d'experts. Comme le souligne Amélie Nicolas :

« La DPARC est ainsi dans une position ambivalente [...] L'enjeu pour la DPARC reste bien de contenir la prolifération patrimoniale et la prise de pouvoir sur la ville des érudits locaux alors même qu'ils appuient la connaissance scientifique du patrimoine dont elle a besoin. » (DEVISME & NICOLAS, à paraître : 6)

La création récente du Conseil nantais du patrimoine et de comités scientifiques, qui regroupent les directions du patrimoine et de l'archéologie, de l'urbanisme, du développement économique mais également des associations telle que E+PI, offre des moments de dialogues entre les différents acteurs de l'aménagement territorial. De plus, un compte rendu de ces séances est diffusé aux délégués nantais.

« Ce regard pluridisciplinaire entre urbanistes, historiens, spécialistes du développement économique et experts en patrimoines, déjà en vigueur dans d'autres villes, permet de faire des enquêtes préliminaires avant d'engager des travaux. Cela change complètement les rapports de force et les manières d'agir. Le risque pour les associations est d'être exclues de tous les enjeux décisionnels et pour le service de la ville de perdre des experts locaux. » (Arnaud Biette, président d'E+PI)

En se dotant d'un service municipal et de réunions scientifiques, les autorités compétentes de la ville ont développé une vision globale et cohérente du patrimoine industriel et portuaire. Néanmoins, ces nouveautés amènent une redéfinition du pouvoir et une remise en cause de la liberté des associations de défense du patrimoine dans les négociations sur le territoire. La DPARC est une chance pour nombre d'associations de faire entendre leurs voix auprès des élus et des urbanistes, et de se faire soutenir financièrement et professionnellement. Elle leur permet

également une meilleure visibilité sur les travaux d'inventaire du patrimoine et sur les réglementations de sauvegarde des bâtiments anciens. Cependant, l'une des craintes des associations est d'être à l'avenir trop tributaire des services de la ville et finalement de se faire éclipser par ces dernières. Comme le dit Arnaud Biette « *Les réponses vont dépendre du DPARC et du Conseil, on n'est plus tout seul comme il y a quinze ans. On est tributaires d'eux.* ». La Direction du patrimoine et de l'archéologie est donc vue par les associations à la fois comme un avantage représentatif, mais également comme un risque.

6. CONCLUSION

Cette recherche rend compte des controverses liées au patrimoine industriel et naval afin d'évaluer la place et les formes que les acteurs locaux donnent à ce dernier sur « l'île de Nantes ». Dans un premier temps, nous avons disséqué les différentes dimensions associées au patrimoine, telles la mémoire et l'identité, puis indiqué une progression dans l'argumentaire utilisé par les associations. Ceci a permis de mettre en valeur une revendication patrimoniale associative de plus en plus construite. Les concepteurs ont alors intégré ces acteurs au débat de manière organisée, mais davantage pour contenir leurs demandes que pour appliquer leurs projets. Ainsi, dans le projet de renouvellement urbain choisi par les politiques, les projets culturels imposés se confrontent à des groupes de mémoire. De fait, plusieurs édifices ont pu être préservés, rappelant de manière symbolique le temps des chantiers navals et de l'histoire ouvrière. Surclassée par diverses animations ou constructions de cultures différentes, l'appropriation du territoire est disputée. Le patrimoine, utilisé à des fins mémorielles pour les uns, promoteur d'une image pour les autres, crée donc des tensions qui se lisent dans le paysage.

Dans un deuxième temps, notre interrogation s'est axée sur le futur des négociations quant au patrimoine industriel et nous avons pu découvrir des éléments intéressants. Les disparitions prochaines des personnes ayant vécu et travaillé sur les chantiers navals poseront des défis supplémentaires pour le devenir des associations. Comme constaté dans l'analyse des résultats, il semblerait que les associations liées au travail de mémoire et de commémoration seront plus touchées que celles orientées davantage sur les travaux de recherche. Nous nous sommes interrogés aussi sur l'apparition du nouveau service de la ville qu'est la Direction du Patrimoine et de l'Archéologie et son influence sur le milieu associatif. Nous constatons que la DPARC offre des avantages non-négligeables aux associations de Nantes, mais présente aussi des risques. Ces dernières pourraient être amenées à dépendre exclusivement de professionnels.

A travers cette recherche, nous pouvons déduire que le regard des institutions et des associations sur le patrimoine industriel et maritime a largement évolué depuis la fermeture des chantiers navals et la désindustrialisation de Nantes. Cette évolution s'est faite entre autres au travers de conflits et de tensions. Les acteurs s'accordent par contre sur l'intérêt d'intégrer les héritages du passé dans les projets urbains, d'élargir leur vision à un territoire plus large et de décider ce qui doit être transmis à long terme.

« L'ensemble urbain composé doit rendre compte d'une continuité historique entre l'ancien et le nouveau et autoriser à inscrire le projet dans le temps long de la ville ».
(NICOLAS & ZANETTI 2013 : 187)

Relevons que notre étude présente des limites. Notre groupe n'a par exemple pas interrogé de politiciens, dont les propos et avis auraient sans aucun doute apporté des nuances importantes. De plus, nous pensons qu'il serait pertinent d'interviewer davantage d'acteurs associatifs pour comprendre la variété des objectifs de ceux-ci et leur influence dans les conflits patrimoniaux. Le nombre d'entretiens était en effet limité par le temps à disposition lors du terrain. Finalement, pour élargir le débat, il serait intéressant de dépasser le cadre de l'île de Nantes, notre espace

d'analyse, pour comprendre les nouveaux enjeux du patrimoine industriel. Le quartier du Bas-Chantenay ou l'estuaire de la Loire sont de bons exemples à creuser pour d'éventuelles recherches futures.

7. BIBLIOGRAPHIE

Bortolotto, C. 2012 : Nouveaux acteurs du patrimoine, nouvelles postures anthropologiques. *Civilisation* 61, 139-146.

Cochrane, A. 2007: Taking the Cultural Turn. In: Cochrane, A. éditeur, *Understanding urban policy: a critical approach*. Malden Mass : B. Blackwell, 104-119.

Derèze, G. 2005 : De la culture populaire au patrimoine immatériel. *Hermès, la Revue* 42, 47-53.

Devisme, L. et **Nicolas, A.** A paraître : L'invention d'une politique publique : un patrimoine urbanistique à Nantes ? *Revue Géographique de l'Est*.

De Gravelaine, F. 2009a : *A Nantes, la mutation d'une île. Chroniques de l'île n°1*. Nantes : Place publique, SAMOA.

De Gravelaine, F. 2009b : *La Loire au Centre. Chroniques de l'île n° 2*. Nantes : Place publique, SAMOA.

De Gravelaine, F. 2010 : *Le temps du projet. Chroniques de l'île n°3*. Nantes : Place publique, SAMOA.

Gambert, P. 2012. Pour la Maison des hommes et des techniques, le projet de construction d'une réplique d'un navire négrier, sur l'île de Nantes est une excellente manière de respecter le site des ex-chantiers navals. *Ouest-France, Nantes Edition*, 18 septembre. Extrait le 27 mars 2014 de la base de données NEXIS.

Garat, I., Veschambre, V., Gravari-Barbaras, M., et Rialland, O. 2005 : Conflits patrimoniaux, compte rendu de table ronde. *Les Cahiers de l'ESO* 15, 59-68.

Givre, O. 2012 : Savoirs et pouvoirs, stratégies et tactiques. *Civilisation*, 1, n°61, 103-120.

Ile de Nantes, Quartier de la création [En ligne]. Sans date. <http://www.iledenantes.com/fr/projets/58-quartier-de-la-creation.html> (Consultée le 1er mars 2014).

Les Moutons Rebelles 2005 : *Brouillons de cultures*. Nantes : Helio Graphic.

Lévy, L. et **Lussault, M.** 2006 : *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris : Edition Belin, 692-693.

Masson, P., Cartier, M., Le Saout, R., Retière, J.-N. et Suteau, M. 2013 : *Sociologie de Nantes*. Paris : La Découverte, 8-19.

Morisset, L. 2012 : Le patrimoine et ses limites. *Hermès, la Revue* 63, 57-62.

Nicolas, A. 2009 : Usages sociaux de la mémoire et projet d'aménagement urbain: Les héritages industriels et portuaires à l'épreuve du projet de l'île de Nantes. Nantes: Centre nantais de Sociologie. (EA3260)

Nicolas A. 2010 : *Des espaces témoins du passé au cœur de la fabrique urbaine. Le traitement des patrimoines industriels et portuaires dans les pratiques d'aménagement à Nantes*. 166-185.

Nicolas, A. 2012 : Nous ne ferons pas de musée sur l'île de Nantes. La singularité recherchée d'un projet culturel et urbain à Nantes. In Gravari-Barbas, M. et Fagnoni, E. éditeurs, *Nouveaux*

musées, nouvelles ères urbaines, nouvelles mobilités touristiques. Actes de colloque, Paris 1–UNESCO.

Nicolas, A. et **Zanetti T.** 2013 : Patrimoine et projet urbain : produire et valoriser la localité Saint-Etienne, Nantes et Clermont Ferrand. *Espaces et sociétés* 152-153, 181-195.

Novarina, G. 2000 : Conduite et négociation du projet d'urbanisme. In Söderström, O., Cogato Lanza, E., Lawrence, R.J. et Barbey, G. éditeurs, *L'usage du projet*. Lausanne : Payot. 51-63.

Peyon, J-P. 2000 : *Patrimoine et aménagement urbain à Nantes : des relations conflictuelles permanentes*. In Norois. N°185, 2000. Patrimoine et environnement. Les territoires du conflit, 113-123.

Porrier, P. et **Vadelorge, L.** 2003 : *Pour une histoire des politiques du patrimoine*. Paris : Fondation Maison des sciences de l'homme.

Sagot-Duvauroux, D. 2010 : La scène artistique nantaise, levier de son développement économique. In De L'attribut éditeur, *Nantes, la Belle Eveillée, le pari de la culture*, 95-107.

Tomas, F. 2004 : Les temporalités du patrimoine et de l'aménagement urbain. *Géocarrefour* 79, 197-212.

Veschambre, V. 2007 : Patrimoine : Un objet révélateur des évolutions de la géographie et de sa place dans les sciences sociales. *Annales de géographie* 656, 361-381.

8. REMERCIEMENTS

Nous remercions encore une fois chaleureusement chacun des interlocuteurs mentionnés pour leur temps accordé, la documentation complémentaire fournie, l'intérêt porté pour notre étude et enfin la sympathie témoignée.

NANTES ET SON « QUARTIER DE LA CRÉATION » : UNE STRATEGIE QUI VOYAGE

Valérie Kpahi et Morgane Mella

1. INTRODUCTION

Nantes, ville située à l'ouest de la France et qui s'étend le long des rives de la Loire a connu dans les années 80, une crise industrielle sans précédent avec pour corollaires la fermeture de ses chantiers navals, le chômage de nombreux ouvriers et de nombreuses friches urbaines notamment sur la pointe ouest de l'île de Nantes. Les friches urbaines laissées après la fermeture de la principale activité industrielle, les chantiers navals, ont produit une réflexion chez les officiels et les experts de la ville de Nantes, tant il est vrai qu'au vu de leur importance, elles constituent de ce fait un enjeu dans le renouveau et l'évolution de la ville. Cette réflexion amorcée dans les années 80 consistait donc à entreprendre une revalorisation du territoire et ce par différents secteurs notamment celui de la culture dont elle s'est servi pour revaloriser ses grandes friches industrielles. Pour ce faire, elle se réinventait au travers de différentes stratégies urbaines où la culture fut mise à contribution afin de devenir une ville où se conjuguent de façon singulière la culture et la production de l'espace public. Pour Jean-Jacques Terrin, « *la culture, et par extension les milieux de la création, sont devenus en quelque années à la fois un secteur économique régénérateur, [et] un instrument d'aménagement du territoire [...]* » (TERRIN 2012 : 18). La créativité accompagne donc les politiques urbaines dans la reconversion des friches industrielles. Dans le cas de Nantes, des espaces jadis « disqualifiés deviennent des espaces requalifiant. » (GRESILLON 2008 : 192).

Le deuxième grand tournant culturel de la ville de Nantes pris place en 2006 lorsque « *un petit groupe de travail s'est constitué pour réfléchir à la possibilité de constituer un cluster d'industries créatives et culturelles à Nantes. [...] Il était composé de Jean-Louis Bonnin, alors directeur de la Culture à la Ville, de Pierre-Jean Galdin, le directeur de l'école des Beaux-Arts, de Laurent Théry, le directeur de la SAMOA à l'époque et de moi-même, alors directeur du cabinet de Jean-Marc Ayrault.* » (CHARLES 2011 : 19). Ce cluster avait comme objectif de « combiner trois dimensions : la recherche, l'enseignement et la formation et les activités économiques. » et de les imbriquer de manière transversale. Ce deuxième tournant cherchait directement à donner de la valeur à la ville de Nantes. En effet, « *ce qu'il faut comprendre c'est que la création de valeur dépend aujourd'hui d'abord de l'inventivité, de l'imagination. C'est l'innovation qui crée subitement une énorme distorsion de concurrence. Et ce genre de bond qualitatif dépend, pour une bonne part, de la créativité des artistes. Les villes les mieux à même d'aller de l'avant et de résister aux coups du sort seront celles qui auront su concentrer des créatifs sur leur territoire.* » (CHARLES 2011 : 20)

Cette étude, produite dans le cadre du séminaire de terrain de géographie, tentera de saisir dans une certaine mesure ce tournant culturel singulier dans les politiques d'aménagement de la ville de Nantes ainsi que ce qui lui a permis de s'illustrer aujourd'hui comme une *ville créative*. Cette émergence de Nantes comme ville créative sera aussi analysé sous le prisme du transfert des politiques urbaines ; ce qui au demeurant nous permettra de voir comment après la crise

industrielle, elle a su négocier ce grand tournant culturel par le truchement de réseaux locaux et européens qui ont enrichi son expérience en matière d'aménagement urbain et comment elle a su insuffler un certain dynamisme dans les domaines socio-économiques.

2. CADRE THEORIQUE

Afin de pouvoir par la suite développer nos hypothèses de travail sur le sujet *Nantes et son « quartier de la création » : une stratégie qui voyage*, nous avons mobilisé deux concepts théoriques. Le premier qui sera développé est le concept très controversé de ville créative et le second concept est celui de la mobilité des politiques urbaines.

2.1 La ville créative

Nous nous intéressons au concept de ville créative en raison de sa pertinence pour comprendre comment la ville de Nantes mobilise la créativité dans son développement urbain.

Théorisé par Charles Landry à la fin des années 1990 dans son ouvrage *Creative City: a Toolkit for Urban Innovators*, le concept de la ville créative est apparu au lendemain de la crise industrielle, intervenue dans de nombreux pays européens, comme une alternative pour relancer l'économie. Une plus grande propension à s'ouvrir au monde de la culture apparaît pour cet auteur comme étant la stratégie par excellence pour valoriser aussi bien le champ créatif qu'attirer les investissements financiers. La notion centrale chez Charles Landry est l'idée de « *créativité urbaine* » qu'il définit en ces termes : « *The Creative City describes a new method of strategic urban planning and examines how people can think, plan [...] the city.* » (LANDRY 2000 : 8) Pour lui, la solution aux problèmes urbains réside dans la capacité des villes à être créative. La ville créative est perçue dans une perspective de développement urbain. Dans le même ordre d'idées, ce qui fait qu'une ville est créative est une forte représentativité des artistes, condition ressource détenue par la population. Il affirme précisément que : « *the creativity of those who live in and run in the cities will determine future success.* » (LANDRY 2000 : 7)

A la suite de Charles Landry, Richard Florida, analyse l'émergence d'une classe dite créative dont il considère la présence comme signe d'attractivité et de développement économique. Il écrit à ce propos : « *Today's driving force is the rise of human creativity as the key factor in our economy and society. Both at work and in other spheres of our lives, we value creativity more highly than ever, and cultivate it more intensely* » (FLORIDA 2002 : 4). Florida conceptualise la ville attractive par une ville qui se veut créative et à la rencontre d'une triade composée de 3 indices dont la technologie (le nombre de découvertes), le talent (le nombre de personnes ayant obtenu le bac+5) et la tolérance (la diversité culturelle). La créativité est détenue par une classe qu'il nomme les créatifs « *whose economic function is to create new ideas, new technology and/or new creative content* » et qui « *engage in complex problem solving that involves a great deal of independent judgment and requires high levels of education or human capital.* » (FLORIDA 2002: 8) Florida considère que le développement économique de la ville est conditionné par la créativité, d'où pour lui, la nécessité de la localisation de cette classe.

La ville créative fait référence à des espaces urbains où la créativité est le fer de lance du développement socio-économique. Cette créativité doit être entendue ici comme ayant une dimension artistique, culturelle incluant également la recherche scientifique, la publicité, le graphisme, l'architecture etc. La créativité est selon Christine Liefoghe « *le processus de transformation de ces savoirs en nouvelles connaissances, et en inventions qui pourront (ou non) devenir des innovations.* » (LIEFOOGHE 2010 : 2) De plus, la culture est considérée comme un vecteur du développement économique et est mobilisée pour valoriser et transformer

des friches industrielles. A ce sujet, Jean-Jacques Terrin note que : « *la culture flirte ainsi avec le tourisme et les industries de loisirs, s'inscrivant dans une stratégie économique dont l'attractivité est le maître mot et qui offre aux activités créatrices le rôle moteur qu'ont perdu les industries manufacturières moribondes.* » (TERRIN 2012 :18)

Bien qu'accueilli comme une voie de rénovation pour de nombreuses villes, il n'en demeure pas moins que le concept de ville créative suscite chez bon nombre d'auteurs, des controverses. En effet, la thèse de Florida est critiquée par Jamie Peck notamment, qui estime pour sa part que celle-ci couvre de façon inavouée l'idéologie néo-libérale, instrumentalisant la culture comme un soutien économique au développement des villes. Il relève aussi que la notion de ville créative semble floue et irréaliste et vraisemblablement réservée à une classe élitiste (PECK 2005 : 52). La principale critique de Peck concerne la classe créative et surtout l'ambivalence la caractérisant dans l'œuvre de Florida. Il dit notamment : « *politically ambivalent arguments contained in The Rise of the Creative Class, which mixes cosmopolitan elitism and pop universalism, hedonism and responsibility, cultural radicalism and economic conservatism, casual and causal inference, and social libertarianism and business realism* » (PECK 2005: 741).

La ville créative selon Elsa Vivant se décline à travers le processus de la gentrification qui renvoie à l'appropriation par une classe aisée d'un quartier préalablement occupé par une classe moins aisée. Les artistes qu'elle qualifie comme étant des "gentrifiers" sont la condition sine qua non de l'avènement d'une ville créative (VIVANT 2009 : 39). Dans le même sens, pour le géographe Allen Scott, la ville créative est à l'origine de l'exclusion sociale liée au phénomène de la gentrification contrairement à la mixité sociale prônée par les défenseurs de ce concept (SCOTT 2006 : 269).

Toutefois, le concept de ville créative nous permet d'analyser l'interaction entre les activités culturelles et l'économie. Ce concept montre notamment que les gens de la « classe créative » sont les catalyseurs de la croissance économique. Ce concept nous permet de voir dans quelle mesure la coproduction de l'espace public et de la culture permet la revalorisation, l'essor économique de la ville dans le cas qui nous intéresse de la ville de Nantes.

2.2 La mobilité des politiques urbaines

Le deuxième concept que nous aimerions pouvoir mettre en avant dans ce travail est celui de la mobilité des politiques urbaines. Ce dernier se retrouve en effet au centre de notre travail de recherche en ce qu'il nous permet de mettre en avant ce qui fut mobilisé en tant que best practices dans l'idée et le développement du Quartier de la Création de Nantes mais aussi ce qui est à présent renvoyé à d'autres villes.

Dans la littérature, le concept de mobilité des politiques urbaines a aujourd'hui supplanté l'idée plus directe de transfert des politiques (MCCANN 2011). La mobilité des politiques urbaines est vue davantage dans une dynamique d'échange de connaissances, où les informations circulent de manière critique et comparative. Dans ce contexte, il semble impossible pour une ville de ne pas adapter une best practice à ses différentes caractéristiques, que ces dernières soient d'ordre économiques, sociales, politiques, ou géographiques. Il est indispensable alors que les politiques soient retravaillées afin de coller au mieux à l'environnement dans lequel elles seront implantées. Enfin, comme l'écrivait McCann « *[t]hese questions indicate the need to understand urban policy mobilities neither in terms of fetishized mobile objects or free-floating fields of transfer but to conceptualize them as produced by the social, spatial, institutional, ideological, and political contexts in which they are developed, applied, transferred, and adopted.* » (MCCANN 2011 :122) On comprend dès lors que la mobilité des politiques urbaines ne s'arrête pas à une copie-conforme d'une best practice d'un endroit A à un endroit B. Au contraire, bien que B puisse s'inspirer de A, il est pour le premier indispensable de retravailler cette best

practice afin de l'appliquer au mieux à son contexte. Bulkeley va plus loin en affirmant que « [the] use of best practice can be understood as a discursive process, in which not only is new knowledge created about a policy problem, but the nature and interpretation of the policy problem itself are challenged and reframed. » (BULKELEY 2006 : 1029)

En outre, il existe différentes voies possibles pour le partage d'informations quant aux différentes idées et leurs différentes mises en pratique. D'un côté, une voie plutôt analytique qui peut se trouver dans la littérature, comme celle empruntée par les chercheurs et universitaires décrivant et comparant plusieurs politiques urbaines. D'un autre, une voie plus dynamique, consistant en des événements de mises en partage d'expériences et de développement dans le domaine urbain et qui sont organisés dans le but de pouvoir comparer les détails, les avantages et les retombées de nouvelles politiques urbaines. Dans le concept de la mobilité des politiques urbaines, cette deuxième voie est clairement privilégiée. « *Conferences, meetings, and fact-finding visits are, then, key relational sites that are central to the social process of teaching and learning about policy and, thus, to the contingent, cumulative, and emergent knowledge production processes that coconstitute urban policy mobilities.* » (MCCANN 2011 : 120) On verra que Nantes utilise ce type d'événements dans l'échange avec d'autres délégations mais aussi dans le but d'exporter ses pratiques, notamment dans le cadre de visites du Quartier de la Création.

Pour Bulkeley, qui s'est intéressé à la manière dont les best practices sont utilisées dans le cadre de la durabilité urbaine, la mobilité des politiques urbaines passe par les réseaux. « *Best practices for urban sustainability are being constructed by a wide range of governmental networks, involving various combinations of state and non-state actors, in national and international arenas* » (BULKELEY 2006 : 1036). Les informations échangées dans le cadre de ces réseaux ne sont pas toujours suffisantes selon notre auteur et il est parfois nécessaire de pouvoir s'entretenir directement avec la personne en charge du projet afin d'avoir un œil plus complet sur le travail accompli. « *The sharing of practical experiences and reflection on these experiences enables the conversion of tacit to more explicit, transferable, forms of knowledge.* » (BULKELEY 2006 : 1038).

3. PROBLEMATIQUE

Nous allons dans cette partie développer les questions et les hypothèses de recherche que nous avons retenues pour ce travail.

3.1 Question de recherche

Comment est-ce que le concept de "ville créative" fut mobilisé et ajusté localement dans le développement de la ville de Nantes pour ensuite pouvoir servir de modèle à d'autres villes?

Comme la notion et les idées de "creative cluster" comme mode d'aménagement préexistait au projet de renouvellement urbain de la ville de Nantes, il est pour nous tout particulièrement intéressant de s'attacher à la mobilité de cette politique urbaine. En s'intéressant à la signification particulière que peut revêtir l'idée d'une ville créative, et plus particulièrement dans le cadre de notre travail, ce que signifie et ce que recouvre le Quartier de la Création de l'île de Nantes, nous pourrions faire le lien entre la théorie et la pratique. Nous avons vu que les acteurs du développement de cette politique urbaine particulière sont en lien avec des organismes internationaux et des réseaux. Nous aimerions alors savoir quelles conséquences peuvent avoir ces réseaux sur la mise en place des politiques urbaines nantaises?

Nous chercherons donc à comprendre comment ce concept global d'aménagement du territoire urbain est redéployé dans une situation particulière et quels enjeux cette mobilité de politique comporte. Quels sont les objectifs que les acteurs ont cherché à atteindre avec ce cluster? Serait-ce ceux prônés par le modèle de la ville créative telle que décrit dans la littérature ou est-ce que le modèle nantais est un modèle réinventé?

Comme nous l'avons vu, notre recherche sur ce sujet s'est axée sur deux dimensions; les définitions du concept de ville créative ainsi que celle de la mobilité des politiques urbaines.

Après avoir vu les différentes définitions de la « ville créative » contenues dans la littérature, quelles sont les différentes définitions de la ville créative des acteurs en jeu dans ces politiques? En quoi leurs définitions et leurs idées de la ville créative a eu des conséquences sur le développement de cette dernière?

Notre deuxième dimension porte elle clairement sur la mobilité des politiques urbaines. Après avoir analysé ce que l'on pouvait trouver dans la littérature, nous confronterons les différents acteurs à leur rôle dans la mobilité des politiques urbaines. Avec qui sont-ils en lien? Quels sont les réseaux dans lesquels nos différents acteurs sont inscrits et quels sont ceux desquels ils se distancent? Ont-ils suivi un modèle d'une ville particulière et dans le cas échéant, quel fût les contacts avec les acteurs de cette ville?

Dans un second temps et toujours dans le cadre de cette dimension, il nous sera intéressant de voir si et comment est-ce que à son tour Nantes a pu devenir un modèle de politique urbaine pour d'autres villes? Quelles sont les images qui sont mises en avant par les experts et les politiques nantais dans la diffusion du développement de la ville? Quel est le rôle des visites données par Nantes et celui des conférences organisées pas cette dernière ?

3.2 Hypothèses

Afin d'affiner notre recherche nous émettons deux hypothèses auxquelles nous tenterons d'apporter des précisions dans la partie analytique et auxquelles nous tenterons de répondre.

3.2.1 Hypothèse 1

La mobilisation de la culture dans le champ urbain nantais a connu deux périodes phares. Une première lorsque dans les années 80, les acteurs politiques ont activement mis l'accent sur la culture afin de développer une ville en perte d'identité. Une deuxième lorsque la ville s'est tournée de manière plus spécifique vers le « créatif » pour son développement. Notre hypothèse s'énonce comme suit :

« La ville de Nantes s'est inspiré du modèle de la ville créative pour son développement. »

3.2.2 Hypothèse 2

En ce qui concerne notre seconde hypothèse, nous nous penchons sur la question de la mobilité des politiques urbaines. Nous pensons qu'il y a un certains nombres d'acteurs (officiels, experts de la ville, artistes, chercheurs, réseaux locaux et européens) qui ont été des catalyseurs dans le processus de la création de la ville créative nantaise. De par l'échange de bonnes pratiques au sein de ses réseaux, Nantes a su s'illustrer de fort belle manière en tant que ville créative atypique, singulière et suscitant la curiosité d'autres villes à travers la France premièrement, mais aussi à travers le monde. Notamment de par le fait que Nantes n'est pas « suiveuse » mais, qu'au contraire, le développement de ses industries créatives et culturelles font d'elle une véritable pionnière dans le domaine.

« Le modèle nantais, en tant que pionnier s'importe et s'exporte. »

4. METHODOLOGIE

4.1 Entretiens de type semi-directifs

Nous avons dans le cadre de cette recherche conduit principalement des entretiens de type semi-directifs avec des acteurs politiques et institutionnels de la ville de Nantes. Nous avons choisi cette méthode d'investigation car elle nous permet d'avoir un accès direct aux représentations et idées de nos interlocuteurs. L'entretien de type semi-directif permet en outre de laisser un maximum de place à l'interviewé pour exprimer ses idées tout en le guidant un minimum grâce à notre grille d'entretien.

Par ordre chronologique, voici une liste des acteurs interrogés et une brève description quant à leur rôle dans le développement de la vie culturelle et créative de la ville de Nantes.

La première personne que nous avons eu la chance d'interviewer fût Hélène Morteau travaillant pour la SAMOA, la Société d'Aménagement de la Métropole Ouest Atlantique. En plus de son poste, elle écrit une thèse portant sur la "Comparaison internationale des modèles de gouvernance des clusters créatifs et culturels".

Nous avons ensuite interrogé Olivier Caro, ex chargé de mission à la SAMOA et qui possède aujourd'hui son bureau d'études BOC Consultants sur l'île de Nantes. Il fit partie de la SAMOA lors du début et de la naissance du Quartier de la Création.

En troisième lieu, nous avons rencontré Gérard Pardessus à la tête de la Direction Générale à la Culture.

Puis nous nous sommes entretenus avec Cyril Tissot, le délégué des affaires culturelles de la ville de la Chaux-de-Fonds venu principalement pour s'inspirer de la reconversion et de la gestion du Lieu Unique.

Dans un dernier temps, nous avons interviewé Véronique Stephan directrice de la direction Enseignement Supérieur, Recherche et Innovation de Nantes Métropole. Elle nous a accueilli avec Katia Briand, chargée de mission Enseignement Supérieur et Recherche. C'est l'organe de Nantes Métropole qui est à la base de la création de la SAMOA.

4.2 Les Ateliers

Lors de notre semaine de terrain à Nantes du 30 mars au 4 avril, nous avons pu constater que différents événements étaient organisés dans le but direct d'un échange de best practices. Ainsi, pendant notre séjour se déroulaient *Les Ateliers*, un festival des industries culturelles et créatives prenant racine dans le Quartier de la Création et organisé par la Samoa (Société d'Aménagement de la Métropole Ouest Atlantique). Cette société qui fût créée par l'organe municipale de Nantes Métropole afin notamment de développer un cluster créatif. Nous nous sommes rendus à cet atelier avec plusieurs objectifs. Premièrement, nous voulions voir qui participaient à ces ateliers. Deuxièmement, nous souhaitions comprendre la manière dont les best practices sont échangées dans le cadre d'événements de la sorte. Et dernièrement voir et écouter de manière très concrète ce qui y est échangé.

4.3 Parcours commenté

En plus de cela, nous avons eu la chance de pouvoir participer à une visite du Quartier de la Création organisée par la Samoa et présentée par l'entreprise Le Voyage à Nantes. Ce type de visite permet à des délégations et des acteurs politiques d'autres villes de venir s'inspirer du développement du Quartier de la Création. Lorsque nous y avons participé, nous étions avec une vingtaine de maires parlant français provenant en grande partie de municipalités françaises. Pour

nous, il était tout particulièrement intéressant de voir comment est-ce que le Quartier de la Création était « vendu » par ses instigateurs mais aussi de comprendre ce qui intéressait les individus venus pour cette visite.

5. ANALYSE

5.1 La ville créative nantaise

Vers une définition ?

Dans les divers interviews que nous avons menés, il n'a pas toujours été facile d'obtenir une définition très claire de ce qu'est la ville créative à la sauce nantaise. En effet, certains voient d'un œil assez mauvais, la tentation d'appréhender une ville sous l'angle d'un concept théorique mis en avant par les agences touristiques. En effet, *« de plus en plus, on analyse la ville et je suis contre et gêné de ce qu'on analyse des territoires à partir de la communication que développe les territoires. Je trouve que c'est une mauvaise manière d'étudier la ville car on est trop dépendant de ce qui est émis dans le discours officiel de la ville qui a envie de séduire. »* (Oliver Caro). Loin de nous l'idée de réduire la complexité du développement et du maintien de l'économie dans un territoire donné, nous notons bien que Nantes n'est pas juste une ville créative. Au contraire, elle a tenté de diversifier ses activités et ses revenus afin de ne pas être dépendante d'un seul domaine économique et de risquer de tout perdre en cas de crise liée à cet unique domaine (Véronique Stephan). Toutefois, c'est bien pour le développement de ses industries culturelles et créatives que beaucoup de délégations ou chercheurs s'intéressent premièrement à Nantes.

Bien qu'au début de son activité les membres de la SAMOA ne conceptualisaient pas forcément le développement de la ville sous l'angle créatif, c'est au contact d'autres villes, d'autres chercheurs et d'autres architectes qu'ils se sont rendu compte que Nantes était en train de créer un cluster culturel et créatif. *« Il faut dire que pendant un certain moment, Nantes a cheminé, disons évolué un peu en vase clos et à partir des acteurs qui étaient ceux de son territoire. On a commencé à parler de ville créative dès l'instant où on a commencé à s'intéresser aux autres et à se rendre compte que les autres ils mettaient un nom la dessus « ah tiens, nous on fait une ville créative, un cluster ! C'est une sorte de mise en récit d'un mouvement qui était déjà engagé et qui eu un impact car à partir du moment où on s'intéresse aux autres, on commence à se demander pourquoi on n'a pas tel ingrédient. »* (Olivier Caro). La relation d'échange avec les autres ont donc permis aux acteurs politiques et culturels nantais de mieux comprendre ce qui était en train de se passer chez eux. Comme discuté dans la partie théorique, l'échange direct et discursif entre acteurs de milieux différents permet non seulement de rendre mobile certaines politiques mais il permet aussi de se situer face aux autres et d'analyser la situation particulière de sa ville. Comme l'exprime Cyril Tissot *« Ce que je comprends ici, c'est pour cela que ça m'intéresse, je comprends chaque jour un peu mieux la situation de la Chaux-de-Fonds et en quoi elle se démarque d'autres villes, en quoi notre situation est différente. Donc je réussis à mieux définir notre situation, les éléments qui la composent et donc à mieux pouvoir définir une politique culturelle qui puisse aller dans un sens cohérent par rapport à la particularité du lieu. »*

Une conception singulière de la ville créative

Une grande spécificité de Nantes est la création de la SAMOA. *« La SAMOA est une société publique qui agit pour le compte de la métropole qui en est l'actionnaire. »* (Gérard Pardessus). Cette société s'occupe directement de l'aménagement de l'île de Nantes tout en étant en contact

systematique avec Nantes Métropole. Par cela, Nantes Métropole donne à cette société particulière toute la marge de manœuvre nécessaire non seulement à la conceptualisation mais aussi à la réalisation des diverses infrastructures et des différents événements qui ont lieu sur l'île. En effet, « *Il a été décidé en 2011 qu'elle [l'équipe travaillant pour le développement culturel] soit rattachée à la société d'aménagement donc la Samoa, qui a créé sa petite équipe pour animer le cluster via un financement de Nantes Métropole. Donc nous en fait, on a dès 2011 lancé un marché in-house avec la Samoa, donc on leur a confié cette mission de développement et d'animation d'un cluster autour des industries culturelles et créatives. Alors ce marché a été conclu de juin 2011 jusqu'à fin 2012, ce fut la première phase du marché et on a reconclu un autre de 2013 jusqu'à fin 2014.* » (Katia Briand) Cette façon de fonctionner est propre à Nantes et réside en bien des points pionnières dans les politiques urbaines.

La création nantaise

Nantes s'est vu pionnière dans d'autres domaines. Notamment, « *là où la ville a vraiment eu un coup d'avance c'est sur l'hébergement des petites entreprises. Ce modèle de réhabilitation des friches temporaires est assez nouveau et que cela soit chapeauté par une puissance publique qui maintienne des loyers bas.* » (Hélène Morteau). L'idée d'un Quartier de la Création nécessite forcément la présence d'un minimum de personnes « dites » créatives. Pour cela, des anciennes usines furent reconverties afin de donner des locaux à bas prix aux nouvelles start-ups qui se lançaient sur le marché et, ainsi soutenir leur essor et leur développement économique. Un premier début d'accompagnement économique pour ces nouvelles compagnies à fort pouvoir innovant et technologique. « *l'idée c'est de faire en sorte que les entreprises créatives se créent à Nantes, que les étudiants qui sortent des écoles créent leurs boîtes ou trouvent du boulot, qui créent du lien entre eux, qui créent des innovations pas forcément technologique mais des choses un peu nouvelle, de manière différente et que cela soit plus possible à Nantes plutôt qu'ailleurs parce qu'il y a les conditions pour les accueillir et les accompagner. Voilà en gros les objectifs, mais ce n'est pas les objectifs qui sont directement opérationnels* » (Hélène Morteau)

Retour sur hypothèse 1

En guise de rappel notre hypothèse première était la suivante : « *La ville de Nantes s'est inspiré du modèle de la ville créative pour son développement.* ».

On a vu dans cette partie de l'analyse qu'il était difficile a priori pour les acteurs nantais de réaliser à prime abord que le développement de leur ville allait dans la direction de la ville créative. Si on se remémore les différentes dimensions du concept tel développé par Florida, on peut comprendre que ces derniers n'est pas vu de suite un rapport entre le développement de leur ville et la ville créative. Toutefois, lors de la mise en réseau de la ville avec d'autres et lors de la confrontation des acteurs nantais avec leurs homologues, cela est ressorti comme une évidence. Ainsi nos acteurs se sont alors penchés dans la littérature afin de comprendre et de voir ce qui leur ressemblaient, ce qui leur convenaient et ce qu'ils souhaitaient éviter dans la mise en place de leur cluster créatif. On a pu voir que dans le cas de Nantes, la création de la SAMOA a permis de donner une certaine marge de manœuvre à cette société d'aménagement et cette création est une des grandes singularités du fonctionnement et du développement du cluster créatif.

Pour conclure, bien que la politique de la créativité soit avant tout mise en avant comme une politique endogène à Nantes dans ses débuts, il va sans dire que dans la suite de son développement, les acteurs de Nantes se sont confronté à la littérature abondante sur le sujet et se sont d'une certaine manière inspiré, ou éloigné, des différents éléments que ce modèle recoupe.

5.2 Le modèle nantais

L'importance des événements

Si l'on rapproche le concept de mobilité des politiques au cas du Quartier de la Création sur l'île de Nantes, on peut remarquer que beaucoup d'activités sont organisées sur cette dernière afin de montrer, expliquer et discuter le développement des industries culturelles et créatives en son sein. Les événements organisés ainsi que la participation à des réseaux de villes européennes permet aux différents acteurs politiques et urbanistiques d'échanger des expertises personnelles. « *Nantes était un peu une de ces villes qui apportait cette question sur l'articulation entre les politiques économiques, culturelles, avec le sujet urbain et ce n'était pas de façon intégrée comme ça. J'insiste, comme vous voyez sur les questions complexes de transversalité entre les thématiques de ce projet territorial. Et c'est venu à travers les colloques, et tous ces événements qui font qu'à un moment on se met en réseau progressivement... on va chercher les chercheurs, au bout d'un moment on a envie d'aller voir ce qui se passe ailleurs, voir si on n'a pas raté des choses.* » (Olivier Caro).

Comme discuté dans la partie méthodologie, nous avons eu l'opportunité de participer au festival *Les Ateliers* lors de notre semaine de terrain à Nantes. Lors des diverses conférences, nous avons pu comprendre que des réflexions étaient développées autour des stratégies et défis de la création d'un cluster créatif. Il s'agissait de créer les conditions de la mise en place d'un contexte favorable pour les entreprises par la mobilisation de connaissances, de talents, de professionnels qui assureraient le fonctionnement de la chaîne industrielle culturelle et créative. Un appel a été donc lancé en vue de maximiser l'impact culturel et augmenter la création d'entreprises, aussi bien en faveur de l'internalisation, du clustering, de la mise en place de nouveaux modèles novateurs et de réseautage transnational. Cette démarche visait en réalité l'intensification des flux et des capitaux en vue de faire fructifier le business autour des industries culturelles et créatives. De plus, nous avons pu constater que cet événement a donné lieu à une haute intensité de réseautage entre les différents acteurs présents qui non seulement provenaient de pays différents mais qui aussi possédaient des horizons professionnels fort variés.

Les réseaux

A côté des événements dont nous avons discuté préalablement (*Les Ateliers* et la visite du Quartier de la Création), la ville de Nantes s'est inscrite dans une série de différents réseaux mettant directement en contact des villes partageant le désir d'un développement économique reposant sur le développement de politiques culturelles et créatives. « Le travail en réseau sur les dispositifs d'appui aux entreprises créatives a permis d'expérimenter, au fil des projets, des outils pour renforcer le tissu local et mieux accompagner des filières en émergence » (Newsletter n°3 consulté sur le site de Nantes Métropole). De 2005 à 2008, la ville rejoint le réseau ECCE ¹ autour d'un projet européen sur le développement des industries créatives. De 2009 à 2011, un deuxième projet européen est constitué ECCE Innovation ². Ce dernier se concentre sur « l'échange et le transfert d'expertise et de connaissances dans le champ des industries créatives » (consulté sur le site de Nantes Métropole). Le troisième projet européen dans lequel Nantes s'est inscrit est le réseau ECCIA *European Cultural and Creative Industries Alliance*, dont le projet terminait avec le festival *Les Ateliers*.

1 ECCE est l'acronyme de *Economic Clusters for Cultural Enterprises*

2 « *The Ecce Innovation Project is a European project co-financed by the Interreg IVB Programme. It seeks to promote and develop new markets for small businesses and actors in the creative, artistic and cultural fields. Led by Nantes Métropole, ECCE innovation regroups the cities of Aachen, Cardiff, Dublin, Eindhoven, Stuttgart and Birmingham City University and the Yorkshire based CIDA Co. It ran from 2009 until the end of 2011.* », pris sur le site de Ecce Innovation : <http://ecce-network.eu/>, consulté le 17.06.2014.

Ces réseaux ont une place privilégiée dans le développement de la ville de Nantes. « *On échange pendant ces réunions, nos bonnes pratiques ce qui est du coup très enrichissant et où chacun vient présenter ce qu'il fait. Il ne s'agit pas de copier. On a des délégations venant de partout aussi et nous aussi on va voir ailleurs comment ils travaillent aussi. Notre source d'inspiration vient donc de là et on a même un slogan c'est à Nantes et pas ailleurs. On est donc dans l'échange. On ne va pas piquer ailleurs.* » (Gérard Pardessus)

Toutefois, il faut garder en tête que ces échanges de bonnes pratiques ne s'arrêtent pas simplement aux discussions qui ont lieu au sein de ces réseaux. En effet, nous l'avons vu préalablement mais chaque ville possède un contexte particulier auquel elle adapte les idées reprises d'autres villes. De plus, il est plus aisé d'avoir un contact direct avec un acteur particulier précis qui pourra nous aider lors de la tentative de mise en œuvre d'une nouvelle politique publique. « *C'est quelque chose de très compliqué car il n'y a rien de transférable car les politiques foncières, d'aménagement, les types d'acteurs ne sont pas les mêmes ; l'industrie créative n'est pas la même en Amérique du nord et en France par exemple. Faire la société des connaissances comme ils le disent, ça passe par se dire que quand on a une question, on peut appeler le voisin pour en savoir plus pas pour copier mais pour prendre de la hauteur.* » (Olivier Caro)

Assemblage d'idées ?

De plus, pour aller plus loin, on a pu remarquer que le partage d'expertises et de connaissances dans le domaine du développement urbain, montre une dimension très dynamique et adaptable aux environnements spécifiques dans lesquels elle souhaite être implantée. « *On est là pour voir ce qui a fonctionné ailleurs, mais il ne faut pas importer tel quel des choses qui ont été faites ailleurs. Ça a été un problème un peu dans les politiques publiques depuis une quinzaine d'années car on a eu tendance à aller piocher « oh ça c'est super ... mais dans les faits, il y a une population, il y a des entreprises, il y a des institutions, il y a des savoir-faire, il y a des réseaux qui préexistent et on ne peut pas copier-coller ce qui se fait ailleurs.* » (Hélène Morteau)

Les acteurs politiques et institutionnels de la culture semblent partager l'idée que la mobilité des politiques publiques est vue comme un assemblage d'idée plus qu'une mobilité de politique telle quelle. « *Alors quand je raconte Nantes, je la raconte comme une histoire; ce qu'on a vécu et ce qu'on a fait et ce qui a été le cheminement de notre réflexion. Ce que j'essaie d'exporter, ce sont des morceaux car il faut éviter le récit pour que ce soit transférable et permettre ainsi aux autres de le problématique chez eux.* » (Olivier Caro) Ce qui signifie que dans la création d'une politique ou le développement d'une idée, les acteurs mélangent un nombre d'expertise provenant de villes différentes afin de créer celle adaptée aux besoins et aux contextes spécifiques d'autres villes. « *En gros l'idée c'est que si on expérimente quelque chose et que ça marche, on continue et si c'est le contraire, on revient en arrière et on s'interroge. Ce projet est empreint de réalisme.* » (Olivier Caro)

L'export du modèle nantais ?

Enfin la dernière dimension que nous allons aborder dans l'analyse est celle de l'export du modèle de Nantes. On a pu voir que le cluster créatif de Nantes s'est développé en lien et en réseau avec d'autres villes desquelles il a pu s'inspirer que ce soit de manière positive ou négative (à comprendre dans ce dernier sens d'éviter de reproduire des erreurs). Aujourd'hui Nantes a atteint un statut de ville créative reconnu mondialement qui lui vaut des regards et des visites du monde entier. On a pu notamment confirmer cela lorsque nous avons participé à une visite du Quartier de la Création organisée par la SAMOA. Durant notre séjour, nous avons été accompagnées par le délégué à la culture de la Chaux-de-Fonds, Cyril Tissot. Il est venu expressément afin de retirer des idées directes et concrètes pour un ancien lieu industriel chaux-de-fonnier, l'abattoir. « *Concrètement, ce que j'ai fait, voir le Lieu Unique, qu'on m'explique sa structure, son fonctionnement économique, ses activités, les modes de subventionnement,*

l'organisation et les réseaux. Le Lieu Unique comme un exemple parmi d'autres de friches reconverties en lieu culturel. Encore une fois, il y en a d'autres qui m'intéressent, on a fait un dossier d'un certain nombre de ces friches reconverties en s'intéressant aux processus de reconversion. On ne veut pas faire le Lieu Unique à la Chaux-de-Fonds mais avoir un certains nombres d'exemples dont le Lieu Unique [...]. » (Cyril Tissot)

Retour sur hypothèse 2

En guise de rappel notre seconde hypothèse était la suivante : « *Le modèle nantais, en tant que pionnier s'importe et s'exporte.* »

Nous avons pu voir que le modèle de la ville créative de Nantes possède ses singularités propres. Certaines de ses singularités ont fait d'elle une pionnière dans le développement du cluster créatif en Europe et plus particulièrement en France. Tout en travaillant dans des réseaux, la ville organise différents événements où le but même d'échanges de best practices liées à ce qui touche de près les industries culturelles et créatives est mis en avant. Cela lui permet non seulement de se faire une place dans les villes labellisées créatives mais aussi de se faire connaître. Elle est devenue aujourd'hui une ville modèle qui illustre une reconversion économique des plus réussies.

6. CONCLUSION

Pour conclure ce travail, nous revenons à présent sur notre question de recherche initiale : *Comment est-ce que le concept de "ville créative" fut mobilisé et ajusté localement dans le développement de la ville de Nantes pour ensuite pouvoir servir de modèle à d'autres villes?*

Pour tout dire Nantes mène depuis plus de 20 ans une politique culturelle forte en vue de donner un certain dynamisme aussi bien à son territoire qu'à son économie après l'écroulement de cette dernière lors de la fermeture des chantiers navals notamment. La présence d'acteurs politiques et culturels a favorisé cette envie de rendre la ville attractive et d'enrichir son expérience par des échanges de connaissances au travers d'un certain nombre de réseaux locaux et transnationaux comme on a pu le voir au long de notre travail. Grâce à ces divers échanges Nantes a pu donner un nom à son développement mais a pu aussi s'imposer dans le domaine des villes créatives grâce à ses innovations et sa manière de conjuguer le développement d'industries créatives et culturelles avec un territoire urbain en friches. En outre elle a mené plusieurs projets européens qui l'ont propulsé sur le devant de la scène et on fait de la ville, une destination inspirante pour de nombreux acteurs. Quant à la mobilité des politiques urbaines, on a pu voir que premièrement cette mobilité n'est pas unidirectionnelle mais participe à un échange discursif entre plusieurs acteurs et que souvent bien plus qu'une politique en soi, ce sont certains de ces éléments donc s'inspirent les faiseurs de politique. Enfin, « *chaque ville invente ses réponses aux questions que tous se posent.* » (Gérard Pardessus).

Par ailleurs, pour revenir sur les difficultés rencontrées lors de ce travail, nous pouvons relever la pluralité et la richesse des informations, des sources qui ont fait qu'à un moment donné on se posait la question quoi et comment mobiliser toutes ces informations et comment retracer l'histoire de Nantes en tenant compte de nos entretiens et de ce qui est écrit dans la littérature abondante qui lui est consacrée, de sorte à produire un dossier cohérent.

7. BIBLIOGRAPHIE

Blanchet, A. et Gotman, A. 2010: *L'enquête et ses méthodes: L'entretien.* Paris: Armand Colin.

Bulkeley, H. 2006: Urban sustainability: learning from best practice? *Environment and*

Planning A 38, 1029-1044.

Caro, O. 2012 : Nantes le Grand Mix. In Terrin, J.-J. éditeur, *La ville et ses créateurs*. Marseille : Parenthèses, 134-157.

Charles, J.L. 2011 : Pas de murailles autour du Quartier de la Création. *Place publique* 27, 19-21.

Devisme, L. 2009: Nantes: petite et grande fabrique urbaine. Marseille : Parenthèses.

Florida, R. 2002: *The Rise of the Creative Class*, New York : Basic Books.

Florida, R. 2005: *Cities and the creative class*. New York: Routledge.

Terrin, J.-J. 2012: La ville des créateurs. In Terrin, J.-J., *La ville et ses créateurs*. Marseille : Parenthèses, 18-27.

Landry, C. 2008: *The creative city, a toolkit for urban innovators*. Londres : Earthscan.

Liefooghe, C. 2010: Économie créative et développement des territoires: enjeux et perspectives de recherche, *Innovations* 31, 181-197.

McCann, E. 2011: 'Urban Policy Mobilities and Global Circuits of Knowledge: Toward a Research Agenda. *Annals of the Association of American Geographers* 101, 107-130.

Peck, J. 2005: Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research* 4, 740-770

Peck, J. 2011: Creative moments: working culture, through municipal socialism and neoliberal urbanism. In McCann, E. and Ward, K. éditeurs, *Mobile urbanism: cities and policymaking in the global age*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 41-70.

Porter, M. 1998 : *On Competition*. Boston : Harvard Business Review Books.

Sagot-Duvauroux, D. 2010 : La scène artistique nantaise, levier de son développement économique. In De L'attribut éditeur, *Nantes, la Belle Eveillée, le pari de la culture*, 95-107.

Scott, A. 2006 : Les ressorts des villes créatives : Quelles leçons en tirer pour les décideurs. In *Examens territoriaux de l'OCDE, Villes, compétitivité et mondialisation*, OCDE, 261-272.

Tremblay, R. Et Tremblay, D.-G. 2010 : *La classe créative selon Richard Florida*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.

Vivant, E. 2009: *Qu'est que la ville créative ?* Paris : Presses universitaires de France.

Vivant, E. 2012 : Faire la ville avec les créateurs ? In Terrin, J.-J. éditeur, *La ville et ses créateurs*. Marseille : Parenthèses, 216-231.

7.1 Webographie

ECCE Innovation : Page d'accueil d'ECCE Innovation [En ligne]. <http://ecce-network.eu/> (Consulté le 17 juin 2014).

8. ANNEXE

8.1 Liste des acteurs interviewés

Noms	Fonctions	Dates des entretiens	Durée des entretiens
Hélène Morteau	Doctorante et chargée de mission sur le développement international à la SAMOA	31 Mars 2014	00 :59 :00
Olivier Caro	ancien chargé de mission de la SAMOA	01 Avril 2014	01:09
Gérard Pardessus	direction générale à la culture de Nantes	02 Avril 2014	01:16:35
Cyril Tissot	délégué aux affaires culturelles de la Chaux-de-Fonds.	02 Avril 2014	00 :56 :00
Véronique Stéphan et Katia Briand	Nantes métropole	03 Avril 2014	00 :54 :00

LE KARTING : LES EFFETS DE LA PROXIMITÉ GEOGRAPHIQUE

Megane Léderrey

1. INTRODUCTION CONTEXTUELLE

1.1. L'île de Nantes et les locaux du Karting

La partie ouest de l'île de Nantes était anciennement une aire industrielle, destinée à la construction et à la rénovation de bateaux jusqu'en 1987. Comme pour bon nombre d'entreprises industrielles en France, mondialisation rime à la fin du 19^{ème} siècle avec arrêt de l'exploitation : rachat et délocalisation des activités à Saint Nazaire en l'occurrence. Les chantiers navals de l'île de Nantes délaissés permettent le réaménagement de cette friche urbaine, aux vastes étendues et larges hangars proches du centre-ville, au cœur d'une zone de bâti dense et continue. L'aménagement de l'espace est, à l'heure actuelle, encore visiblement marqué par ces activités du passé. Les grands espaces, tels que la *Prairie au Duc*, les nombreux entrepôts, hangars et locaux industriels aujourd'hui désinvestis de leurs fonctions premières représentent un fort potentiel pour le développement économique local, de par la disponibilité et la situation de ces espaces.

Le lieu spécifique sur lequel porte le présent travail est une vaste halle tout à l'ouest de l'île, nommée Karting, du nom de l'activité de loisir qui y avait initialement pris place une fois l'exploitation navale terminée. Mais plus rien, si ce n'est le nom et une petite plaquette sur l'ancienne porte d'entrée, ne témoigne plus aujourd'hui de cette activité. L'ancienne halle industrielle à la forme allongée et au plafond démesurément haut abrite aujourd'hui vingt-quatre blocs rectangulaires en bois, contrastant avec la structure métallique du bâtiment et son sol goudronné. Les blocs en bois, appelés « box » par leurs résidents, sont répartis en six allées sur toute la longueur du bâtiment et séparés par une allée centrale. Les cloisons internes à chaque bloc peuvent être modulées différemment de telle façon à créer des bureaux de taille variable selon les besoins en surface de chaque locataire. Le tout est (ou devrait être) démontable, transportable, et reconstructible ailleurs.

Ces bureaux ne sont pas attribués à n'importe qui. Les personnes ou sociétés résidant au Karting ont tous comme point commun d'être considérées, et/ou de se considérer comme des créatifs ou créateurs. Dans le présent travail, j'utiliserai indistinctement l'un ou l'autre terme. Cette spécificité du choix d'acteurs s'inscrit dans un cadre plus large, celui du cluster nantais dénommé « Quartier de la Création ».

1.2. Le cluster Quartier de la Création

À la fin du 19^{ème} siècle, l'économiste Alfred Marshall est le premier à théoriser les avantages de l'agglomération spatiale d'industries spécialisées. Il met en avant une réduction des coûts par la proximité géographique. Selon lui, trois effets de la proximité permettent d'expliquer ce résultat : « le développement de différents intermédiaires et industries subsidiaires qui fournissent des

intrants spécialisés ; le développement d'une source de main d'œuvre qualifiée ; et l'établissement d'infrastructures spécifiques et d'autres ressources collectives » (CUMBERS and MACKINNON 2004 : 960. Ma traduction)

La construction de « clusters », regroupement spatial d'activités spécialisées, se pratique aujourd'hui entre autres pour les industries dites « créatives », parfois grâce à des politiques volontaristes. Florida (2003), dans un texte fortement critiqué, développe l'idée d'une « classe créative », qui serait constituée d'un type de personnes fortement mobiles attirées par la présence de hauts lieux de création, générant du profit sur le territoire où elles choisiraient de s'installer. Le but serait donc de fabriquer un lieu de concentration d'activités créatives interconnectées, un cluster, qui soit suffisamment attirant pour que les individus de la « classe créative » choisissent de s'y installer, ce qui, aurait pour rôle de promouvoir non-seulement l'innovation mais aussi la croissance économique locale.

En économie territoriale, l'installation d'individus sur un territoire donné est conceptualisée par Crevoisier et Jeannerat (2009) sous le nom d' « ancrage ». Le terme ne peut être compris qu'en considérant le contexte de forte mobilité caractéristique de la société contemporaine ; Au vu de la multitude de possibilités qui s'offrent à l'individu, il faut qu'un lieu soit suffisamment attractif pour qu'il choisisse de s'installer à cet endroit donné. Cela expliquerait la logique de certaines politiques de développement économique ou territorial menées par les régions ou villes qui cherchent à exacerber leur visibilité, leur attractivité, parfois auprès d'un public-cible en particulier, ici donc des « créatifs » et « entreprises créatives ». Cibles des politiques de plusieurs villes européennes anciennement industrielles où, comme à Nantes, l'activité économique principale délocalisée à la fin du siècle dernier nécessite de trouver un/des nouveau(x) secteur(s) d'activité pour maintenir la situation économique de la ville et garantir des emplois.

Nantes Métropole, dans un rapport préparé pour le réseau européen ECCE, voit l'avantage économique des industries créatives comme suit : *« la culture et l'innovation sont maintenant un facteur crucial de « soft location », aidant les régions à attirer les investissements, soutenir le talent créatif, « booster » le tourisme et la cohésion sociale, ce faisant contribuant au développement local. Les autorités locales et régionales sont bien placées pour développer des « écosystèmes créatifs » afin de soutenir le secteur. » (NANTES METROPOLE 2010 : 4. Ma traduction)*

A Nantes, la Société d'aménagement de la métropole ouest-Atlantique, « Samoa », est « *maître d'ouvrage du projet [du cluster Quartier de la Création], s'y attache à trouver les conditions pour la constitution d'un milieu en réseau qui décloisonne les pratiques et les typologies d'acteurs. Le projet urbain s'adapte aux initiatives des acteurs et tente d'imaginer les conditions d'ancrage sur le site de petites entreprises et d'artistes, leur foisonnement devenant un des axes principaux de la stratégie nantaise » (TERRIN 2012 :134). Le Karting, pépinière d'entreprises créatives va donc complètement dans ce sens, en fournissant des locaux de taille adaptée à bas prix. Mais l'offre immobilière n'est pas la seule dimension de la stratégie de la Samoa. Comme l'indique une brochure imprimée par leurs soins, ils cherchent à promouvoir les réseaux et aident les industries créatives à obtenir des financements via l'expertise financière et légale (Samoa).*

D'autre part, l'idée de « milieu en réseau », évoqué dans la citation ci-dessus, ainsi que le verbe « décloisonner » dénotent de l'une des dimensions centrales du cluster tel qu'envisagé par la Samoa : favoriser l'interaction. Et c'est bien là que se situe tout l'enjeu du Karting. Pourquoi regrouper des « créatifs » dans un même lieu géographique ? Si le but du Karting avait été simplement de créer une pépinière d'entreprises, pourquoi ne pas en avoir donné l'accès à n'importe quelle activité ? Probablement pour « décloisonner » les différents métiers de la

« création » et constituer un « milieu en réseau » par le simple fait de la proximité géographique des acteurs.

2. QUESTION DE RECHERCHE

Comment la proximité entre locataires est-elle construite dans le Karting, pépinière d'entreprises créatives, et quels en sont les effets?

La question ci-dessus est l'axe central de la recherche de terrain et de l'analyse des résultats ainsi que du choix de littérature consultée. La question présuppose que la proximité entre locataires de la halle n'est pas « naturelle » ou ne va pas de soi, mais résulte d'une construction sociale. En effet, il s'agit d'une pépinière d'entreprises qui visent à rapprocher des individus, mais pas n'importe lesquels : tous portant le label de « créatifs », dans le même espace géographique. Le Karting s'inscrit donc dans un projet pensé, dans une planification particulière, c'est pourquoi le présent travail parle de « proximité construite ».

Le rassemblement de personnes exerçant des activités plus ou moins similaires peut induire des effets spécifiques ; C'est ce que la deuxième partie de la question de recherche propose d'analyser.

3. STRUCTURE DE L'ANALYSE

La manière dont le présent travail se propose de répondre à la question de recherche est exposée ici, afin de clarifier la manière dont le chapitre « Analyse » est pensé.

Ainsi, je vais distinguer les effets de la proximité géographique entre résidents du Karting des modes de construction de cette proximité.

Je préciserai certains aspects centraux dans la construction de la proximité du Karting, regroupés en trois sous-points. Tout d'abord, l'analyse dressera le profil des occupants, exposant certaines caractéristiques communes des locataires au Karting. L'aménagement physique de l'espace, autrement dit l'architecture du lieu, est aussi une dimension importante dans la construction de la proximité au Karting et constitue donc le deuxième point abordé. Troisièmement, la politique de la Samoa en particulier concernant l'organisation d'événements au Karting sera abordée. Dans cette même section, la conception du Karting comme une pépinière d'entreprises, soit un lieu de passage pour permettre le développement économique de petites structures, sera confronté aux propos des locataires afin d'avoir une idée de la durabilité de l'installation.

La deuxième moitié de l'analyse porte sur les effets de la proximité géographique. Tout d'abord, j'exposerai les différents types de liens sociaux tissés au Karting entre résidents. Puis, afin de connaître l'impact économique de la proximité du Karting, l'analyse présentera les résultats des entretiens quant à la collaboration et à la concurrence entre structures rassemblées sous le même toit.

4. APPORTS THEORIQUES ET CONCEPTUELS DE LA LITTERATURE

Toute la littérature présentée dans cette partie est fortement liée aux clusters et utilisée par leurs dirigeants. Par exemple, un certain nombre de ces auteurs sont cités dans l'article portant sur l'étude des halles Alstom (EMIN et al.). La Samoa semble aussi très proche des milieux académiques et d'experts en matière de cluster créatif, comme en témoignent le programme des « Ateliers » 2014, manifestation où conférences et workshops sont organisés. Il est donc

intéressant de penser les points évoqués ci-dessous non seulement comme des faits démontrés par des études scientifiques, mais aussi et surtout comme des points de départ à la réflexion et à la prise de décisions concernant les politiques publiques par des organes de gouvernance tels que la SAMOA.

Crevoisier et Jeannerat (2009), dans un article intitulé « Territorial Knowledge Dynamics: From the Proximity Paradigm to Multi-location Milieus », font le bilan des différentes études d'économie territoriale discutant de la proximité. Il faut noter que les écrits qui utilisent le paradigme de la proximité sont des études portant sur les dynamiques territoriales de la connaissance (*territorial knowledge dynamics*). La connaissance est conceptualisée comme « *une dynamique d'interaction sociale plutôt qu'un bien public ou privé* » (1225. Ma traduction). Elle serait donc une activité partagée et collective. Ainsi ces auteurs lient les processus sociaux d'interactions et d'apprentissage à des mesures spatiales ou territoriales. « *Nombreuses innovations prennent place aujourd'hui davantage via des dynamiques socio-culturelles que techno-scientifiques* » (KEBIR et CREVOISIER 2007, cité par CREVOISIER et JEANNERAT 2009 : 1230. Ma traduction). Cela explique l'intérêt des clusters, mais aussi d'une pépinière d'entreprises comme le Karting, qui sont des espaces qui favorisent les interactions sociales.

« *Dans les disciplines scientifiques telles que l'étude des organisations, de l'innovation ou les études régionales, on a conscience que la proximité contribue à l'interaction et à la performance économique.* » (BOSCHMA 2005a : 41. Ma traduction) Une étude quantitative réalisée en Hollande par Oerlemans and Meeus (2005) montre que la proximité géographique a un impact sur les performances économiques.

Il existe plusieurs types de proximité qui peuvent être mobilisée « *par les agents économiques pour essayer de coordonner leurs actions et d'améliorer leurs performances* » (BOSCHMA 2005a : 41. Ma traduction). Boschma (2005b) sépare les types de proximité suivants : proximité cognitive, organisationnelle, institutionnelle, sociale et géographique. Ceux-ci ne vont pas être expliqués ici, afin de se concentrer sur la proximité géographique, unique forme de proximité étudiée dans le présent travail de terrain.

Boschma s'intéresse aux impacts de la proximité sur l'innovation et l'apprentissage interactif. Les transferts de connaissances tacites sont favorisés par la proximité géographique, parce qu'elle permet de favoriser les autres formes de proximité (2005b :70) : « *La proximité géographique en soi n'est pas une condition nécessaire ni suffisante pour l'apprentissage. Néanmoins, elle [le] facilite probablement en renforçant les autres dimensions de la proximité* ». (BOSCHMA 2005a : 43. Ma traduction.) C'est aussi ce que relèvent Oerlemans et Meeus (2005), pour qui les proximités organisationnelles et géographiques se complètent pour permettre la performance économique.

Le contrôle et la coordination des différentes parties qui s'échangent des informations seraient des solutions alternatives au manque de proximité géographique. Mais à l'inverse, trop de cette dernière pourrait aussi avoir un impact négatif. Dans ce cas, les autres types de proximité pourraient tempérer les inconvénients de l'excès de proximité géographique. Boschma utilise le terme « effet d'enfermement » (*lock-in*) pour décrire les situations de trop forte proximité géographique, dangereuses uniquement si les routines et les compétences des acteurs locaux convergent à l'intérieur d'une même région. Dans ce cas, la situation de cluster hautement spécialisé renfermé empêcherait l'innovation et l'adaptation à de nouvelles formes de développement (BOSCHMA 2005b : 70). L'ouverture sur des réseaux non-locaux est donc l'une des solutions préconisées par Boschma afin de contrer ce problème d'enfermement, d'éviter les effets d'une trop forte de proximité géographique.

Selon Crevoisier et Jeannerat (2009), jusqu'en 1980-90, les études d'économie territoriale distinguaient deux types de transmissions de connaissances, dont le premier uniquement pouvait se passer de proximité géographique :

La connaissance et le savoir-faire concentrés sur une même fonction (*Mono-functional knowledge/strong focus learning*) permettent des échanges faciles malgré une grande distance géographique s'il y a au préalable une division du travail pensée et organisée, à l'interne d'entreprises ou de réseaux, travaillant par projets par exemple (CREVOISIER et JEANNERAT 2009 : 1227). C'est ce qui se nomme proximité organisationnelle, et elle peut donc remplacer la proximité géographique dans le transfert de connaissance d'un champ relativement restreint.

Par contre, en ce qui concerne les transferts de connaissance multifonctionnelle (*multi-functional knowledge/diffused focus learning*) la proximité géographique était fort utile jusqu'à la fin du siècle dernier. Elle ne pouvait être remplacée que par de très longs processus de socialisation (idem). Ces processus ont lieu par exemple dans les « *communities of practice* », à l'intérieur desquelles un partage historique et social des ressources, structures ou perspectives permet de créer des dynamiques de transfert de connaissances riches. Bien que l'article de Crevoisier et Jeannerat (2009) ne donne pas d'exemples concrets, on peut imaginer qu'il s'agit ici des filières de formations par exemple, qui génèrent une forte conscience et appartenance professionnelles. A l'intérieur de ces « *communities of practice* », la connaissance peut être produite, acquise et diffusée par les technologies digitales ou les voyages d'affaires, donc une proximité géographique temporaire (BOSCHMA 2005a : 41).

Cependant, la mobilité accentuée de notre époque relativise ce phénomène en réduisant les contraintes spatiales et temporelles, et donc la différence développée précédemment. L'information est accessible rapidement malgré les distances par Internet et autres technologies de l'information. La connaissance serait donc croissante et multiple, davantage flexible et adaptable par des processus de transposition. On peut par exemple imaginer que les activités créatives d'une structure du Karting peuvent servir d'éléments ou de procédés à d'autres structures voisines, qui vont alors les adapter et les transposer à leurs propres activités, créant ainsi de l'innovation par l'échange de connaissance dû à la proximité. Pour Crevoisier et Jeannerat, « *l'augmentation massive d'échanges d'information et de connaissance créent un potentiel extraordinaire à la fois pour l'innovation et pour la compétition* » (2009 : 1230. Ma traduction).

Alors dans ce contexte de mobilité globale où règne un excès d'informations, peut-on voir la proximité géographique comme une solution face au surplus d'informations disponibles ? Dans la perspective du Karting par exemple, on pourrait chercher à ce que le tri soit opéré sur la base de la proximité physique, puisque que l'on aurait la possibilité d'accéder instantanément à toute connaissance, la distance géographique serait l'un des critères de sélection. La proximité géographique permettrait ainsi l'identification et la mobilisation de ressources adéquates.

On peut donc conclure que les échanges de connaissances étant facilité par la proximité géographique, cela peut avoir un impact économique positif grâce à l'innovation créée suite à un processus de transposition. Cependant, comme pour une recette de cuisine, les résultats sont relatifs en fonction de la quantité d'autres ingrédients, ici l'intensité d'autres formes de proximité. Globalement, dans le contexte de mondialisation actuel, les échanges de connaissances sont possibles même à distance, mais la proximité géographique peut être importante dans le processus de sélection des connaissances échangées. Ainsi les occupants du Karting pourraient préférer transposer à leurs créations des informations, procédés ou techniques expliqués par une structure voisine que par une source internet inconnue.

5. METHODOLOGIE

Mon enquête s'est déroulée principalement au Karting, où j'ai réalisé 9 entretiens semi-directifs, échelonnés sur deux jours. Les participants ont été sélectionnés au hasard en essayant de privilégier la diversité des professions. Certains locataires n'ont pas accepté de répondre à mes questions, le plus souvent le manque de temps fût évoqué pour justifier leur refus.

Aucun représentant de la Samoa n'a pu me recevoir, à nouveau par manque de temps lorsque j'étais sur place. Suite à un échange de mail et un appel téléphonique, un appel Skype avait été prévu avec la personne responsable du développement du Karting à sa création, Mme Virgine Barré, qui n'a soudain plus donné signe de vie. Au vu du relativement court laps de temps entre l'enquête de terrain et l'échéance de remise du présent travail, entrecoupé par les fêtes de Pâques, je n'ai pas réussi à avoir un rendez-vous Skype avec une autre personne travaillant à la Samoa, ce qui est un manque regrettable pour le présent travail.

J'ai également relevé des observations aux « Ateliers », manifestation organisée par le Quartier de la Création, où j'ai écouté deux conférences et mené un entretien directif avec Raphaël Besson, conférencier dans la manifestation ayant écrit une thèse d'aménagement du territoire/urbanisme sur les clusters.

La grille d'entretien utilisée pour les locataires du Karting se trouve en annexe (Annexe 2). La question des avantages et inconvénients avait pour but de relever ce qui semble important selon les locataires du Karting, leur offrant une question ouverte afin de mieux comprendre leur expérience du Karting.

Après avoir été retranscrit, les entretiens ont été codés, ce qui a permis de déduire des proportions pour préciser les résultats, citant par exemple : « *pour trois structures sur neuf interrogées ...* ». Puis les propos particulièrement évocateurs d'une position ont été ressortis pour illustrer l'analyse.

6. ANALYSE

6.1. Profil des occupants

Les occupant(e)s du karting possèdent certaines caractéristiques communes, qui seront exposées ci-dessous. Seul un échantillon de locataires a été interrogé, les caractéristiques présentées n'ont donc pas la prétention de s'appliquer à tous les résidents sans exception, mais à la majorité d'entre eux.

Personne lors des entretiens n'a pu donner de définition précise d'un métier de la création. Souvent, les réponses étaient illustratives, et des exemples de métiers présents au Karting étaient cités. Les intervenants s'accordent sur une définition assez large des métiers de la création définis par la Samoa. Fabricant d'un minirobot électronique, graphiste, architecte, paysagiste, photographe et même centrale téléphonique pour les réparations urgentes de serrures ou de vitres, on trouve un peu de tout au Karting.

La tranche d'âge des « créatifs » est estimée de 25 à 45 ans. Bien que cette question n'ait pas été posée en entretien, ces chiffres ont également été suggérés par l'un des enquêtés pour exprimer l'ambiance jeune et dynamique qui selon lui règne au Karting.

La plupart des créateurs travaillent seuls ou en très petite structure. Sur neuf entretiens, six étaient seuls dans leur structure. Le plus grand effectif comptait, 6 personnes au moment de l'enquête, dont certaines étaient employées temporaires travaillant pour quelques semaines sur des projets particuliers.

Dans trois cas sur neuf, plusieurs structures se partagent les mêmes locaux. Si tous s'étaient rencontrés avant de faire les démarches auprès de la SAMOA pour l'obtention de bureaux communs, ils ne collaborent pas forcément dans leur travail pour autant. Si deux graphistes indépendants du même bureau se rejoignent parfois sur certains projets, un autre bureau est lui partagé par une paysagiste, une chargée de diffusion free lance, une boîte de production de musique et une personne travaillant pour une compagnie de théâtre, qui ne collaborent jamais. Ces quatre personnes, regroupées dans un peu moins de trente mètres-carrés, n'ont jamais collaboré professionnellement, mais la location groupée permet de diminuer le coût du loyer pour ces personnes souvent en déplacement.

Tous les interviewés sont français et habitaient déjà Nantes avant de venir s'installer au Karting constatation qui contraste avec la théorie de Florida (2003) exposée dans l'introduction du présent travail : à l'échelle du Karting du moins, il ne s'agit pas d'ancrage d'une classe créative globale qui aurait été attirée par le cluster.

Les clients ou mandataires sont principalement situés dans l'agglomération Nantaise, mais parfois aussi dans la région alentour et/ou dans d'autres grands centres urbains français comme Paris et Bordeaux. Les métiers présents au Karting sont principalement ancrés dans un tissu économique local voire régional ainsi que dans un réseau de grandes villes nationales.

A la fermeture des halles Alstom – une pépinière d'entreprise plus petite située elle aussi dans un ancien bâtiment industriel – ses locataires se sont vus offrir trois propositions de relogement, dont le karting faisait partie, ainsi que deux autres lieux bien plus petits. Une autre partie des locataires interrogés louait des bureaux plus chers au centre-ville avant de s'installer au Karting, alors qu'un nombre non négligeable de « créatifs » travaillait à leur domicile.

Avantages soulevés par toutes les personnes interviewées sans exception : le prix bien plus attractif qu'ailleurs et la disponibilité de petites surfaces. Dans la plupart des cas, il s'agit des raisons de l'installation au Karting ou aux halles Alstom.

« Là c'est 150€ pour 12mètres carrés, et je crois qu'ils me faisaient une proposition [déjà attractive au centre-ville] à 250€ pour quelque chose où il n'y avait pas internet ni le téléphone, donc il aurait fallu que j'aie ma ligne à moi toute seule, ça m'aurait coûté une trentaine ou quarantaine d'euros par mois, alors qu'ici on a le téléphone pour 11€ et internet pour 5€. » (Entretien 2, Assistante de production audio)

6.2. Construction de l'espace

L'espace est organisé par allée, comme le montrent les photos (Annexe 1). Cette disposition est appréciée par certains, car elle permettrait de favoriser les rencontres entre locataire de la même allée, ce que d'autres déplorent : du coup, les résidents situés à l'autre extrémité de la halle ne se connaissent pas forcément, les quatre entrées latérales permettant de ne pas traverser tout l'espace, sauf pour l'usage des sanitaires.

L'absence d'un lieu commun, d'un espace de sociabilité qui soit chauffé en hivers et lumineux est un désavantage. Selon tous les interviewés, l'existence d'une cafétéria par exemple serait souhaitable et tous disent qu'ils fréquenteraient ce lieu. L'absence d'un tel lieu, qui permettrait de faciliter les interactions entre les occupants du lieu, est surprenante. Comme mentionné dans l'introduction, l'un des buts du Quartier de la Création, dont le Karting fait partie, est de favoriser les liens entre « créateurs » justement (TERRIN 2012). Cependant, il faut noter qu'il existe tout de même un espace commun, qui se situe à une extrémité du bâtiment, sur une mezzanine. Il s'agit d'une petite salle aux cloisons vitrées avec deux grandes tables et des bancs. Selon les dires des locataires, ce lieu très sombre n'est pas chauffé, peu chaleureux et créé après l'installation de la plupart des locataires, les gens n'auraient pas pris l'habitude d'y aller.

Comme cette pièce peut être louée pour l'organisation de conférence, elle n'est donc pas disponible tout le temps, ne contient pas de machine à café ou d'élément qui puisse motiver les résidents à sortir de leur bureau pour s'y rendre. Cette petite salle, aussi visible sur les photos (Annexe 1), est donc une occasion perdue de rassembler et de permettre les rencontres. Raison pour laquelle à la question « Y a-t-il un lieu commun, une cafétéria ou autre, ici au Karting ? », six interviewés sur neuf ont répondu par la négative, avant que je ne mentionne moi-même la mezzanine afin de connaître leur avis sur cette pièce.

Toutes les personnes interrogées disent en l'occurrence apprécier les jours de beau temps l'été, où tout le monde sort manger dehors, sur les quelques chaises et tables aménagées au bout du parking par les résidents eux-mêmes, qui alors se transforme en espace commun, où l'on bavarde et fait connaissance.

On voit donc ici l'influence de l'aménagement de l'espace sur les interactions sociales : pensé en allées, sans lieu de rencontre commun (en hiver du moins), les liens créés dans cet espace touchent les « créatifs » d'une même rangée.

Autre effet dû à la manière dont la proximité spatiale est construite physiquement au Karting : le bruit. Les cloisons constituées d'une simple planche de bois n'étant pas épaisses, les bureaux ne sont pas insonorisés et une conversation s'entend depuis le bureau adjacent. Si des efforts sont faits pour ne pas gêner les voisins, ceci peut envenimer des relations de voisinage. Selon Torre et Rallet (2005), un désavantage de la proximité géographique est les tensions entre acteurs qu'elle peut susciter, rendant ensuite la collaboration et la transmission de connaissances impossible.

6.3. Politique de la Samoa

Cette troisième partie de l'analyse s'inscrit toujours dans la réponse à la première partie de la question de recherche, soit la construction de la proximité au Karting. Comme nous l'avons vu dans la revue de la littérature, la proximité géographique n'est pas la seule existante. Bien que le présent travail, s'intéresse à celle-ci, il n'est pas inintéressant de montrer que cet intérêt tient du fait que c'est uniquement une proximité géographique que la Samoa semble instaurer au Karting. C'est ce que fait la première section du sous-chapitre, en traitant du management interne du lieu par la Samoa, plus particulièrement de l'organisation d'événements.

La deuxième section elle, traite de la dimension temporelle de l'installation au Karting. Les propos des « créatifs » contrastent avec le principe d'une pépinière d'entreprise, qui sur le modèle d'une pépinière arboricole, fait pousser les jeunes arbres, jusqu'à ce qu'ils soient suffisamment développés pour aller s'épanouir de manière plus durable dans un espace plus vaste.

6.3.1. Événements au Karting

La Samoa n'organise aucun événement spécifique pour les locataires du Karting, mais uniquement à l'échelle du cluster Quartier de la Création, comme par exemple « les Ateliers », week-end de conférences et workshops autour du « *creative thinking* » en avril 2014. Seul un des locataires du Karting interrogés y participe, l'enquête ayant lieu les jours précédant « les Ateliers ». Aucun autre « créatif » interviewé n'a jamais participé aux manifestations organisées par la Samoa : la plupart du temps, les thématiques proposées ne les intéressent pas, parfois c'est le manque de temps qui est évoqué.

Il n'y a pas de réceptionniste ou de concierge, pas de personne présente dans le Karting qui régisse le lieu ni les événements qui s'y passent. Trois fois par années selon les estimations recueillies, sur la base d'initiatives individuelles, la « mailing list » qui contient toutes les

adresses des « créateurs » présents au Karting, est utilisée pour avertir les occupantEs qui le souhaitent d'un « barbecue » ou un « pot » ouvert à tous. Ces événements sont évalués positivement par l'ensemble des personnes interrogées. Cependant les activités organisées ne sont pas très nombreuses, et une grande partie des interviewés participerait volontiers à d'autres événements.

Tout comme l'absence d'un lieu de sociabilité commun, cela peut paraître surprenant quand bien même la Samoa cherche à constituer « *un milieu en réseau qui décloisonne les pratiques et les typologies d'acteurs* » (TERRIN 2012 : 134)

Selon certains locataires interrogés, l'interconnaissance qui pourrait découler de l'organisation d'événements ponctuels serait bénéfique, mais il faudrait que quelqu'un se charge de cette tâche, comme l'explique bien la citation suivante :

« Et puis deuxième point négatif [c'est] l'absence d'animation... c'est un peu comme s'il y avait tous les éléments d'une sauce, mais personne pour tourner la fourchette, pour que la sauce prenne quoi. Donc ça, c'est un peu dommage, parce qu'à mes yeux c'est un gâchis, enfin... Tout est là pour le faire, il ne manque pas grand-chose ! » (Entretien 6, InformaticienNE)

Mais cet avis n'est pas partagé par un autre interviewé, pour lequel les événements ne fonctionnent bien que s'ils sont organisés par les acteurs eux-mêmes et non par le biais d'une action politique « top-down » :

« Pour qu'une histoire se raconte dans un lieu, il faut que ce soit les gens qui la raconte. Si on la raconte pour vous, ça ne marche pas. Par exemple il y a ce qu'on appelle « le quai à bananes », plein de bars, plein de machins, ça marche très mal. Parce qu'on a dit à la jeunesse nantaise: "c'est là que tu vas t'amuser". Or la jeunesse, ne va pas là où on lui dit d'aller. [...] Donc [au Karting] il fait un potager, je fais un déjeuner, elle organise une après-midi crêpes, voilà... et je peux vous dire que dans une après-midi crêpes beaucoup plus de choses se disent professionnellement, de manière simple et naturelle, qu'à partir du moment où on avait jalonné: "il y a deux heures là où on va tous réfléchir pour voir si on arrive à construire quelque chose ensemble".» (Entretien 3, ConsultantE indépendantE)

On voit donc des avis partagés sur cette question d'événements : qui a la légitimité ou la responsabilité d'organiser des événements, dans le but de permettre davantage de liens sociaux et/ou de collaboration entre « créatifs »?

Les événements de la Samoa touchent peut-être davantage un public extérieur au Quartier de la Création, voir extérieur à la métropole nantaise, comme en atteste ma présence ou celle de représentant de communes francophones du Canada, de Belgique, de Suisse ou encore d'autres villes française. En contrepartie pourtant, aucun événement n'est organisé pour les occupants du Karting en particulier. Les politiques volontaristes de la Samoa se développent donc pour l'instant à l'échelle du cluster « Quartier de la Création ». En se remémorant la théorie de Florida (2003) fortement répandue, on peut émettre l'hypothèse que les événements organisé par la Samoa visent davantage une présumée « classe créative » globale, que les créateurs nantais installés au Karting. Ou alors en prenant Boschma (2005) les événements comme « Les Ateliers » seraient considérées comme des opportunités empêchant les effets d'« enfermement » (*lock-in*), cependant pour que cela soit efficace, l'investissement du tissu créatif local composite du cluster – les « créatifs » du Karting par exemple – serait sans doute souhaitable.

6.3.2. Lieu de passage, tremplin économique

Le Karting est considéré comme une pépinière d'entreprises, se veut donc un lieu « tremplin », un lieu de passage où des start-ups, de « jeunes » petites entreprises ont accès à des locaux à bas

prix leur permettant de se lancer dans leur activité, pour ensuite se développer, engager du personnel et finalement aller s'installer dans des locaux plus grands, laissant leur place à d'autres structures qui souhaitent elles aussi « tenter leur chance ».

Cependant, selon les propos recueillis, une bonne partie des structures du karting se disent ne pas être destinées à se développer, ni à engager du personnel par la suite :

« Je n'aurai jamais de travail pour une deuxième personne [du fait de la particularité de mon activité] et de toute façon, ce n'est pas mon but, ça ne colle pas à la manière dont je conçois mon activité. » (Entretien 2, AssistantE de production audio)

Si l'idéologie développementaliste de la Samoa n'est pas au goût de tout le monde, sur les neuf structures interrogées, une est tout de même inscrite sur liste d'attente pour bénéficier d'un bureau plus grand, à l'intérieur du Karting toujours, suite à l'engagement d'une nouvelle employée. Une autre structure cherche elle aussi des locaux plus grands, mais hors du karting, afin de stocker le matériel artistique nécessaire à son activité, les locaux du Karting ne comprenant pas de surface de stockage. Ce dernier élément nous renseigne sur le type de « créatifs » qui résident au Karting : ces « artistes » n'ont pas besoin d'ateliers ni de matériel trop volumineux, mais peuvent se contenter d'un ordinateur, une bibliothèque et/ou une table de travail.

6.4. Interactions sociales

En combinant les réponses obtenues lors des entretiens au Karting, il est possible de différencier différentes formes de sociabilité entre locataires, qui constitue donc les effets de la proximité géographique, comme nous allons le voir.

Les liens de voisinages sont les plus répandus. Ils permettent l'entraide quotidienne :

« [...] on va facilement aller voir notre voisin d'en face pour lui demander du sucre, un chargeur de téléphone, un aspirateur [...] » (Entretien 1, Bureau d'architecture).

Des liens amicaux se sont aussi tissés entre différents acteurs, c'est le cas de six structures des neuf interrogées. Si la rencontre initiale a lieu au Karting, les liens amicaux s'étendent parfois hors de celui-ci par la suite, les acteurs parlent alors de « vraies » amitiés.

Il y a aussi des liens professionnels, qui sont certainement attendus dans une pépinière d'entreprise. Ils seront développés ci-dessous, dans la partie « collaboration ».

Et enfin, dernier type de lien réunissant les « créateurs » du Karting, les liens virtuels. Une simple « mailing list » permet l'envoi de mails à tous les locataires. Elle est utilisée pour des raisons très variés, de la recherche de téléphone portable, la diffusion d'offres d'emploi ou la recherche de compétences jusqu'au partage d'une bonne nouvelle particulière pour l'une des structures. Cependant, aucun site internet commun n'est mis en place, quand bien même cela pourrait apporter une visibilité de l'extérieur. Certains apprécieraient un tel service, alors que d'autres n'en voient pas l'utilité. L'idée d'un blog avait déjà été proposée à la Samoa par l'un de mes interviewés mais personne n'y a pas donné suite.

On peut s'interroger quant à la durabilité des relations: est-ce que les liens créés au Karting continuent après que l'un des locataires ait quitté le lieu ? Question à laquelle seule unE interlocuteur/-rice a répondu positivement. Le réseau social Facebook lui permet de rester en contact avec une personne qui était préalablement installée au Karting. Il ajoute :

« Puis c'est comme tout, quand on a partagé un lieu à un moment, on a un truc en commun. J'ai retrouvé une copine la dernière fois et on était content de causer: le Karting c'est une période, c'est un truc qui se vit. Des boîtes où tout

le monde va faire son camping et... les aléas du lieu ça crée du lien, ce sont des choses qui sont relativement subtiles, dont on ne se rend pas compte, et ça aura forcément son importance à un moment ou à un autre. » (Entretien 3, consultantE indépendantE)

Il y aurait donc une forme d'expérience commune, un référent partagé qui permet de recréer des liens entre « créatifs » sur la base de ce lieu commun qu'est le Karting. Avis contrasté par une autre personne, selon laquelle la proximité géographique facilite les liens, par contre ceux-ci s'arrêteraient souvent après le départ du Karting :

« Je pense que du coup, quand on est à distance, c'est moins facile quoi. Là [au Karting], il y a le fait d'être ensemble qui crée la proximité immédiate. » (Entretien 2, assistantE de production audio)

Pour terminer, nous pouvons donc relever que les liens sociaux entre occupants du Karting existent, de nature différentes et en nombre variables en fonction de la personnalité et de la disponibilité des locataires. A part les liens virtuels, ces interactions n'existent que du fait de la proximité géographique.

6.5. Effets économiques

6.5.1. Collaboration

Les effets positifs de la résidence commune de ces « créatifs » pourraient être l'entre-aide ou la collaboration professionnelle. En effet, dans plusieurs cas, un voisin a été sollicité pour ces compétences professionnelles par une autre structure du Karting. Par exemple, un bureau d'architecture s'est vu demander par l'occupant du bureau adjacent un projet pour sa maison privée. Le même bureau d'architecture a, lui, mandaté une autre structure du Karting pour des relevés 3D d'un bâtiment pour l'un de leur projet. Malgré que le Karting contienne de plusieurs bureaux d'architectes, selon l'architecte :

« Personne n'est venu nous voir du Karting spécifiquement pour collaborer quoi, pour faire un gros projet de groupe. » (Entretien 1, Bureau d'architecture).

Un autre interlocuteur relativise lui aussi l'importance des collaborations professionnelles à l'intérieur du Karting :

« Oui, mais c'est assez rare, de temps en temps, mais en tout cas en ce qui me concerne, ce n'est pas une source de revenu. » (Entretien 4, graphiste indépendantE)

On constate tout de même que sur l'ensemble des entretiens, six structures ont déjà collaboré, mandaté ou travaillé pour une autre structure au Karting qu'ils ne connaissaient pas avant leur installation. Un designer pour une pochette de CD ou un projet commun entre deux photographes sont tout de même des collaborations non-négligeables.

6.5.2. Concurrence

Mais le regroupement spatial de personnes exerçant toutes des activités créatrices n'a-t-il pas des effets négatifs, notamment une concurrence accrue et des pertes de marché pour certaines structures ?

Aucun des « créatifs » interrogés ne ressent d'effet de concurrence en rapport aux autres occupants du lieu. Si concurrence il devait y avoir, ce n'est pas l'impression qui émane de l'atmosphère du Karting expliquent-ils. Chacun pense occuper plutôt un marché de niche, c'est à dire suffisamment spécifique par rapport aux autres créateurs localisés au Karting pour ne pas se faire de concurrence. Un extrait d'entretien formule bien cette absence de concurrence :

« De toute façon, on est tous sur la ville de Nantes, qui a énormément de compagnies théâtrales, donc on est tous en concurrence d'une certaine manière. Donc c'est aussi un moyen d'entraide, de mutualiser certains efforts à faire, je trouve que ça marche comme ça, c'est peut-être une vision un peu bisounours, mais en tout cas je ne vois pas l'autre version. Je n'ai jamais l'impression de me faire tirer dans les pattes. » (Entretien 5, ReprésentantE d'une compagnie de théâtre)

Ainsi, comme Marshall et d'autres auteurs contemporains d'économie territoriale l'ont démontré, la proximité spatiale permet d'augmenter le degré de spécialisation à l'intérieur d'un secteur économique (CUMBERS and MACKINNON 2004 ; CREVOISIER et JEANNERAT 2009).

7. CONCLUSION

Nous allons pour conclure revenir sur la question de recherche, qui est la suivante : Comment la proximité entre locataires est-elle construite dans le Karting, pépinière d'entreprises créatives, et quels en sont les effets?

Comme nous l'avons vu, la proximité au Karting est construite et regroupe un certain type d'individus, appelés « créateurs » ou « créatifs », qui ont créé des petites structures, jeunes, et dont les activités sont avant tout régionales. Bien que le Karting soit une pépinière d'entreprises, certaines structures n'ont pas pour vocation un développement substantiel. Ce que recherchaient avant tous les occupants du Karting ce sont des locaux de petites surfaces à bas prix, raison de leur installation.

La proximité est aussi construite spatialement par l'architecture du lieu. Comme illustrées par les photos en annexe (Annexe 1), des structures de bois sont organisées par allées, au centre desquelles les individus se connaissent ; par contre, les chances d'interactions entre des individus situés aux deux extrémités de la halle sont diminuées par ce mode d'organisation de l'espace. L'absence d'un espace de rencontre, un lieu commun tel qu'une cafétéria accentue encore ce phénomène.

En s'intéressant aux événements rassembleurs, qui permettent de faire connaissance entre locataires et « créatifs » du même bâtiment, on remarque que peu d'animations sont organisées. Les rencontres ouvertes à tous ont lieu en moyenne trois fois par année sur la base d'initiatives individuelles. La Samoa, bailleur mais aussi chargée d'animer le Quartier de la Création, n'y organise pas d'événements qui pourraient renforcer les effets de proximité géographique en permettant davantage d'interactions sociales. La proximité au Karting que cherche à mettre en place la Samoa en créant une pépinière d'entreprises ne semble donc n'être que de l'ordre géographique ou spatial.

Passons maintenant à la deuxième partie de la question de recherche : les effets de la proximité géographique.

Le bilan à tirer des interactions sociales rendues possibles par la proximité au Karting est plutôt positif, même si on pourrait imaginer atteindre plus d'interactions par l'aménagement de lieux de sociabilité, l'organisation d'événements ou même un espace virtuel.

L'enquête a révélé de réelles collaborations entre « créatifs » au Karting, quand bien même celles-ci restent marginales. La concurrence n'est pas ressentie par les occupants, tous pensent occuper un marché de niche. Ceci confirme la théorie de Marshall : la concentration spatiale d'activités similaires produit une forte spécialisation et non une concurrence nocive.

La littérature au sujet de la proximité en économie territoriale nous a appris que la proximité géographique d'activités peut être source de profit économique puisqu'elle permet les transferts de connaissances. Cependant, d'autres formes de proximités peuvent avoir les mêmes effets.

Dans le cadre de recherches futures, il pourrait être intéressant de problématiser le rôle de la Samoa et de ses politiques publiques volontaristes, par exemple en comparant la proximité « construite » par la Samoa au Karting avec une proximité non volontariste, comme c'est le cas au « quartier des Olivettes ». De nombreuses professions « créatives » y sont aussi concentrées, mais cela s'est construit sous l'impulsion d'acteurs privés et non sous l'effet d'un organe public tel que la Samoa (TERRIN 2012 : 155).

De plus, l'idée d'échanges de « bons procédés » qui, malgré la différence entre les activités des uns et des autres, peut être conçue comme source d'inspiration, comme des informations transposables et négociables, comme une connaissance intangible qui s'acquerrait au fil d'interactions anodines entre professionnels de la création, serait intéressante à observer. D'autre part, les effets de la proximité géographique sont-ils différents si les personnes rassemblées n'exercent pas toutes des activités dites « créatives » ? La réponse à ces deux thématiques nécessiterait cependant une étude poussée et longue à réaliser, à l'exemple des études interactionnistes ou ethno-méthodologiques.

8. BIBLIOGRAPHIE

Boschma, R. 2005a: Editorial: Role of Proximity in Interaction and Performance: Conceptual and Empirical Challenges. *Regional Studies* 39, 41-45.

Boschma, R. 2005b: Proximity and Innovation: A Critical Assessment. *Regional Studies* 39, 61-74.

Cochrane, A. 2007: Taking the Cultural Turn. In: Cochrane, A. editor, *Understanding urban policy: a critical approach*. Malden Mass : B. Blackwell, 104-119.

Crevoisier, O. and **Jeannerat, H.** 2009 : Territorial Knowledge Dynamics: From the Proximity Paradigm to Multi-location Milieus. *European Planning Studies* 17, 1223-1241.

Crevoisier, O. 2014 : Beyond Territorial Innovation Models: The Pertinence of the Territorial Approach. *Regional Studies* 48, 551-561.

Cumbers A. and **MacKinnon, D.** 2004: Introduction: Clusters in Urban and Regional Development. *Urban Studies* 41, 959-969.

Devisme, L. 2009 : *Nantes: petite et grande fabrique urbaine*. Marseille: Parenthèses.

Emin, S., Sagot-Duvauroux, D., Schieb-Bienfait, N., Charles-Pauvers, B., Gonzales, C. and Urbain, C. 2009 : *Dynamiques collaboratives des entreprises dans un cluster culturel localisé: Une approche quantitative, Le cas des halles 5 et 6 sur l'île de Nantes*. Groupe de Recherche Angevin en économie et management, Université Angers, Université de Nantes et Lemma.

Florida, R. 2003: Cities and the Creative Class. *City & Community* 2, 3-19.

Oerlemans L. and **Meeus M.** 2005 : Do Organizational and Spatial Proximity Impact on Firm Performance?. *Regional Studies* 39, 89-104.

Peck, J. 2011: Creative moments: working culture, through municipal socialism and neoliberal urbanism. In: McCann, E. and Ward, K.: *Mobile Urbanism: cities and policymaking in the global age*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

Nantes Métropole 2010. *Promoting investment in the cultural and creative sector: financing needs, trends and opportunities Report prepared for ECCE Innovation – Nantes Métropole : May 2010*. Ecce Innovation, KEA European Affairs and Nantes Métropoles, editors.

Terrin, J.-J. 2012 : *La ville des créateurs*. Marseille: Parenthèses.

Torre A. and Rallet A. 2005 : Proximity and localization. *Regional Studies* 39, 47-59.

Samoa. « *The creative arts district in Nantes.* » (Brochure reçue de la Samoa en avril 2014).

Sagot-Duvauroux, D. 2010 : La scène artistique nantaise, levier de son développement économique. In De L'attribut éditeur, *Nantes, la Belle Eveillée, le pari de la culture*, 95-107.

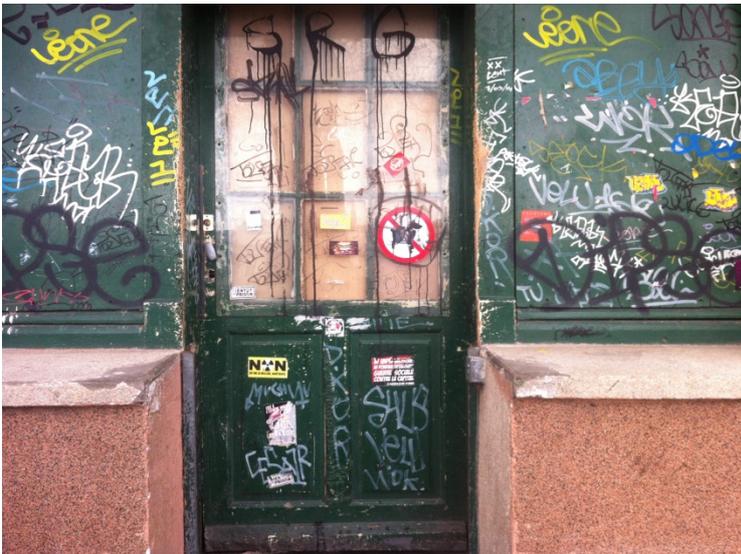
9. ANNEXES

Photographies prises au Karting

9.1.1. *Le bâtiment*

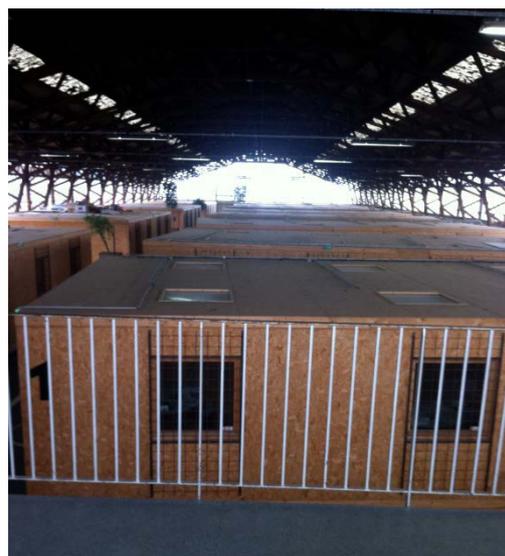


9.1.2. *Les alentours*

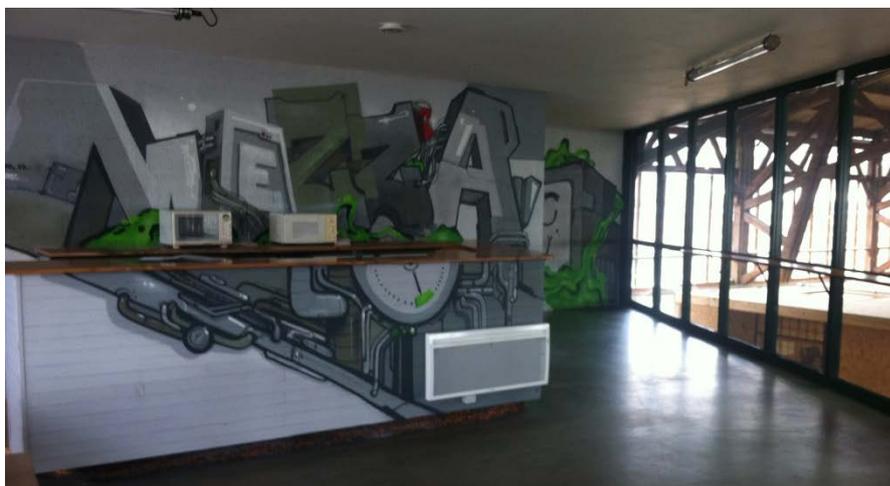




9.1.3 L'intérieur

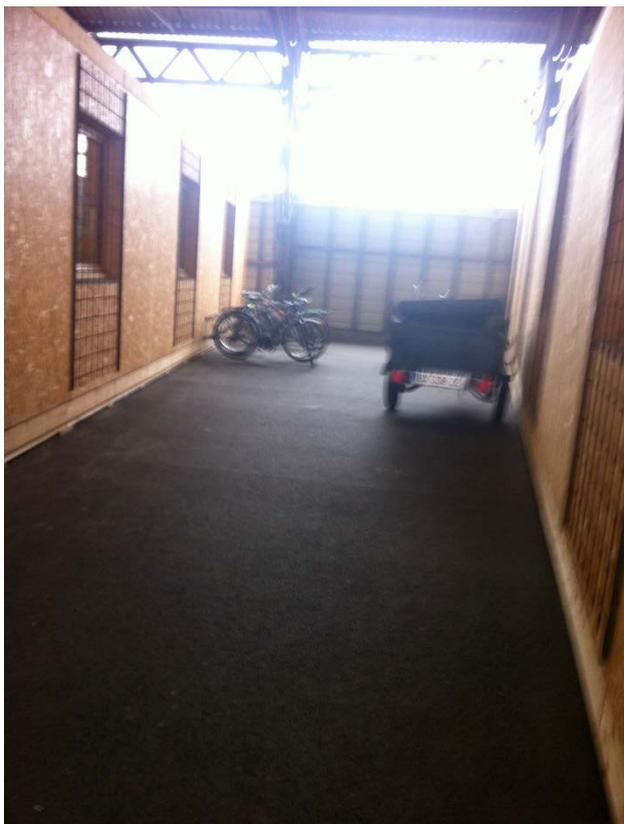


9.1.4. Les mezzanines





9.1.5. Les allées



9.1.6 Fenêtre



ENTRE RÉPARTITION SPATIALE ET DÉMOCRATISATION : LES ENJEUX DES INFRASTRUCTURES CULTURELLES

Rosalie Muriset et Anne Vuilleumier

1. INTRODUCTION

La culture a une place centrale pour Nantes aussi bien en matière de retombées économiques que pour l'image de la ville. D'ailleurs, Nantes met fortement en avant le pôle culturel, comme en témoigne le site Internet de la ville, « *dans cette métropole qui ne ressemble à aucune autre, grâce à l'offre culturelle [...], l'énergie culturelle est follement communicative* » (NANTES 2014).

De manière générale, la ville semble un lieu propice à l'apparition d'activités culturelles, par ses caractéristiques, telles que la densité de population ou la diversité de celle-ci au sein d'un espace, « *[la ville] est un espace privilégié pour la formation artistique, la création et la diffusion de la culture, mais celle-ci participe également à la fabrique de la ville dans un jeu d'interaction* » (DJAMENT-TRAN et GUINARD 2013 : 1). On retrouve donc une relation à double sens entre la ville et la culture ; celles-ci s'influencent en se créant mutuellement. D'une part, la culture apparaît comme une fonction urbaine importante pour la ville de Nantes puisqu'elle permet de créer une certaine image, mais également d'obtenir des ressources financières. D'autre part, la culture acquiert une certaine importance et se développe grâce aux caractéristiques de la ville : « *la culture s'impose matériellement dans l'espace urbain, le transforme et s'érige, simultanément, en effigie de celui-ci* » (DJAMENT-TRAN et GUINARD 2013 : 1).

La culture est un sujet important en France depuis la nomination de Malraux en tant que ministre de la culture (de 1959-1969). En effet, celui-ci a favorisé les arts plaisant au plus grand nombre, tels que les cinémas et les musées, et a lutté contre l'inégalité d'accès à la culture, parce que celle-ci était, pour lui, universelle : il fallait donc la partager. En donnant plus d'importance au pôle culturel, la politique française a trouvé « *un nouveau moyen d'assurer la cohésion nationale, d'orienter les transformations sociales, de définir des pôles d'identification* » (CAUNE 2005 : 1). La politique culturelle de Malraux s'est donc orientée vers une démocratisation de la culture pour qu'elle touche la plus grande partie de la population française : « *impulsées par le discours de Malraux et par la politique dynamique [...], les années soixante voient se développer une politique de diffusion de l'art* » (CAUNE 2005 : 2). Cette démocratisation de la culture passe souvent par des mesures spatiales de redistribution de l'offre, même si d'autres types de mesures peuvent prendre forme (GREFFE et PFLIEGER 2009). Celles-ci peuvent, par exemple, être d'ordre informatif, par une meilleure distribution de l'information relative à des événements culturels au public, d'ordre économique par un abaissement du prix à l'entrée des lieux culturels ou d'ordre éducatif en sensibilisant de nouveaux publics à l'art et à la culture. D'autres mesures, spatiales cette fois, sont employées, comme l'amélioration de la « *distribution spatiale de l'offre culturelle* » ou la création d'événements culturels s'insérant dans « *les lieux publics fréquentés quotidiennement par tous : la rue, les places publiques, les gares* » (GREFFE et PFLIEGER 2009 : 136 et 146). En effet, le

maillage territorial est finalement le résultat de discours et de décisions prises par les acteurs politiques pour démocratiser la culture, même si d'autres acteurs de la scène culturelle ont une possibilité d'action et d'initiatives pour influencer la démocratisation culturelle.

Il est d'ailleurs intuitivement admis, et pour aller dans le sens de la justice spatiale, que la démocratisation de la culture s'effectue en intégrant des lieux culturels dans les espaces qui en sont dépourvus. Toutefois, à Nantes, il s'avère que les acteurs, influant sur la politique culturelle de la ville, ont opté à la fois pour cette stratégie de diffusion, mais également pour une stratégie de concentration. En effet, la réalisation du projet de l'Île de Nantes constitue une concentration des activités culturelles autour d'un cluster³ créatif. Le quartier créatif de l'Île de Nantes montre une concentration d'activités créatives et artistiques. La présence de ces deux stratégies, mélangeant d'une part, une intuitive dissémination comme le met en lumière le « *projet de proximité culturelle* » (LAFABRIQUE.NANTES s.d.) de la Fabrique⁴. D'autre part, il existe une réelle concentration des lieux culturels sur l'Île de Nantes, par exemple. La combinaison de ces stratégies nous amène à poser les questionnements généraux sur lesquels va s'attarder cette recherche. Quelle est la géographie urbaine des lieux culturels nantais ? Pourquoi les politiques ont-ils opté pour ces stratégies ? Comment concilie-t-on la concentration des lieux culturels avec un discours sur la démocratisation culturelle ?

Ces questions initiales seront ensuite détaillées et approfondies grâce à la présentation du cadre conceptuel de cette étude qui est représenté par le concept de la justice spatiale ainsi que par notre question de recherche.

2. PROBLEMATIQUE

Nous souhaitons interroger la façon dont les acteurs politiques nantais concilient une volonté de démocratiser la culture avec la répartition actuelle des infrastructures culturelles. C'est pourquoi, dans le but de problématiser cet objectif général auquel sont confrontés les acteurs nantais, nous proposons de nous intéresser au concept de la justice spatiale. Ce concept est d'abord abordé au niveau de sa définition générale pour ensuite le situer à un niveau plus particulier qui est celui de la justice spatiale en lien avec la répartition des lieux culturels et avec la question de la démocratisation de la culture.

2.1. Cadre conceptuel

2.1.1 La justice spatiale

Le concept de justice spatiale est aujourd'hui souvent utilisé dans les études urbaines, puisqu'il peut être mobilisé à différentes échelles spatiales. Celui-ci nous permet également d'être critiques quant à l'analyse de l'espace en considérant ce dernier non pas comme une simple donnée physique, mais comme un réel outil d'analyse qui s'intéresse à diverses dimensions de la vie urbaine. Nous pouvons ainsi le lier avec la problématique de la démocratisation culturelle : « *la justice spatiale [...] s'intéresse à toutes les dimensions de la vie urbaine : [...] l'accès aux biens et aux services urbains, la participation [...] à la vie culturelle* » (DEJEAN 2013 : 180). La justice spatiale s'insère plus spécifiquement dans cette recherche qui vise à comprendre les choix des acteurs politiques en termes de démocratisation de la culture à travers la répartition des lieux culturels parce que « *la justice spatiale est l'horizon de la plupart des politiques d'action sur les territoires* » (GERVAIS-LAMBONY et DUFAUX 2009 : 12).

³ « *Concentration géographique d'entreprises interconnectées, de fournisseurs spécialisés, de prestataires de services, d'entreprises connexes, et d'institutions associées sur des domaines particuliers sur lesquels ils sont en concurrence mais également coopèrent* » (PORTER 1998 : 78).

⁴ « *La Fabrique doit s'imaginer en réseau entre les différents quartiers de la ville* » (LAFABRIQUE.NANTES s.d.)

Le concept de la justice spatiale a émergé dans les années 1960 dans un contexte politique de « *lutte contre les discriminations, [d'] affirmation du 'droit à la ville'⁵, [de] protection de l'environnement* » (BRENNETOT 2011 : 119). Cependant, ce concept est issu plus largement de discussions relatives à la justice sociale. Cette dernière s'intéresse à une distribution plus égalitaire des biens et des services entre les classes sociales a contrario de la justice spatiale qui met en lumière une meilleure répartition des biens et des services entre différentes échelles spatiales (LEBARON 2014).

Harvey, à qui l'on doit la première utilisation du concept de justice spatiale appliquée à la géographie en 1973, s'en est servi pour discuter « *de la cohabitation à l'intérieur des villes* » (BRENNETOT 2011 : 119). Pour ce qui est des géographes français et de leur mise en perspective de la justice spatiale, nous pouvons citer Bailly pour qui elle fait référence à « *une nouvelle conception de l'aménagement de l'espace [...] À la société centralisée se substitue progressivement une société diversifiée attentive aux aspirations multiples des groupes culturels* » (BAILLY 1981, cité par BRENNETOT 2011 : 124).

Le concept de justice spatiale met ainsi en évidence une nouvelle façon de penser l'espace qui soit plus appropriée puisqu'il « *ne peut plus seulement consister [...] à lutter pour la réduction des inégalités spatiales en matière de production de richesses, mais vise aussi à organiser les territoires de façon à permettre à chacun d'avoir un accès équitable aux opportunités que laisse entrevoir l'existence* » (BRENNETOT 2011 : 125).

Plus largement, l'espace est produit socialement et reflète donc les objectifs des différents acteurs, mais également des décisions politiques prises en fonction de divers intérêts. Les acteurs culturels nantais doivent tenir compte des réalités spatiales et composer avec celles-ci. En effet, ils ont choisi d'utiliser une répartition spatiale qui vise à une concentration sur l'Île de Nantes. L'emplacement de cette concentration d'activités culturelles a certainement été influencé par les caractéristiques spatiales de l'Île de Nantes. Finalement, quelles que soient les décisions prises sur l'espace géographique, celles-ci affectent « *la vie des autres, tantôt en la compliquant, tantôt en l'améliorant* » (BRENNETOT 2004 : 1). C'est pourquoi il est possible de rapprocher la notion de spatialité avec celle de justice et d'injustice. En effet, l'aménagement d'un espace peut soit tendre vers une qualité de vie plus élevée de ses habitants, à laquelle la justice spatiale peut participer par une meilleure desserte en transports publics par exemple, ou à une qualité de vie affaiblie pouvant être entraînée par une injustice spatiale en termes d'accès à diverses infrastructures.

La justice est souvent liée à des « *notions associées de démocratie, d'égalité, de citoyenneté* » (SOJA 2010 : 63). Combiner les termes de justice et de spatialité pour créer le concept de justice spatiale « *ouvre un champ nouveau de possibilités pour l'action politique et sociale* » (SOJA 2010 : 67). Il s'agit donc de prendre en compte tout ce qui touche « *à la distribution équitable et juste dans l'espace des ressources socialement valorisées* » (SOJA 2010 : 62). Comme l'explique Soja (2010), la justice spatiale peut être comprise, d'une part comme une conséquence, c'est-à-dire que les décisions qui sont prises en matière de répartition spatiale des lieux (culturels, dans le cas de ce travail) instaurent forcément des atouts, mais également des faiblesses, des discriminations liés à cette répartition.

⁵ Le « droit à la ville » est une notion initiée par Lefebvre en 1968. Dans son ouvrage, l'auteur présente que la ville est, en réalité, constituée d'un phénomène : l'urbain. Par ce terme, « *Lefebvre montre que la ville est aussi pensée comme processus et comme espace social* » (COSTES 2010 : 179). De plus, « *le droit à la ville ne se réduit [...] pas à un droit d'accès individuel aux ressources incarnées par la ville : c'est un droit à nous changer nous-mêmes en changeant la ville de façon à la rendre plus conforme à notre désir le plus cher* » (HARVEY 2009, cité par COSTES 2010 : 190). Lefebvre a donc initié les réflexions au sujet de l'action citoyenne et politique en termes d'aménagement de la ville. Ainsi, Lefebvre revendique la possibilité des citoyens à faire émerger une ville qui leur soit bénéfique et donc plus juste selon eux. C'est à travers ce point que nous pouvons rapprocher le « droit à la ville » avec le concept de justice spatiale.

D'autre part, la justice spatiale peut être comprise comme un processus géographique de répartition spatiale où les acteurs tenteraient de trouver la solution optimale, celle qui serait la plus juste pour répondre aux inégalités. Les décisions prises par les politiques en matière d'organisation des infrastructures culturelles est le résultat d'un jeu d'acteurs, de discours et de contre-mouvements que nous allons tenter de cerner pour le cas particulier de la ville de Nantes. Ainsi, le rôle des politiques détient toute son importance dans une configuration plus juste de l'espace. Toutefois, la manière de procéder face à cette configuration suscite de vives interrogations politiques. Gervais-Lambony et Dufaux (2009 : 12) en mentionnent quelques-unes, telles que de savoir si le « *traitement homogène pour tous les espaces est [...] la condition à la justice spatiale* », ou encore si « *la politique 'juste' doit [...] être non-interventionniste sur les territoires et simplement accompagner les dynamiques territoriales* ». Nous pouvons ici remarquer que l'aménagement d'un territoire « juste » consiste en une réelle réflexion et non pas en une donnée applicable telle qu'elle se présente, puisque chaque territoire à modeler détient ses propres spécificités. Nous pouvons encore ajouter que pour s'approcher au plus près des volontés des individus, les acteurs politiques ont la possibilité de procéder à un sondage d'opinions que l'on nomme « *"aménagement collaboratif" [...] dont le but est de toujours favoriser les mécanismes démocratiques* » (DEJEAN 2013 : 179).

Brennetot (2004 : 3) rajoute que finalement, les rapports entre les centralités et leurs « périphéries » entrent dans la composition de la répartition spatiale. Pour émerger, un centre doit détenir un « *pouvoir d'attraction ou de diffusion qui repose à la fois sur l'efficacité du pôle central et sur son accessibilité* » (MERLIN et CHOAY 2010 : 154). Nous retrouvons donc dans un centre urbain, et plus spécifiquement dans un centre culturel, un équipement spécialisé attractif, qui peut être illustré dans le cas de Nantes par le cluster culturel de l'Île de Nantes. De plus, la concentration des espaces culturels permet de minimiser les coûts, mais également de donner un rôle et une image symbolique à la ville (TABARLY et al. 2003).

2.1.2 Les stratégies spatiales de démocratisation culturelle

La politique culturelle française a montré une volonté et des objectifs, il y a plus de cinquante ans, allant dans le sens d'une démocratisation de la culture (GREFFE et PFLIEGER 2009 : 125). La démocratisation culturelle n'est pas à confondre avec la démocratie culturelle pour Greffe, économiste français. En effet, cette dernière a pour but de « *mettre en œuvre la nécessaire participation de tous, en tant qu'acteurs et participants critiques* » (GREFFE et PFLIEGER 2009 : 130-131). Elle va donc au-delà du projet de démocratisation puisqu'elle ne se préoccupe pas seulement de diffuser la culture, mais se charge aussi de la rendre praticable pour tous et de la rendre moins élitiste (reconnaissance de la culture d'autres groupes sociaux moins favorisés). Ainsi, « *les citoyens [ne sont plus] uniquement spectateurs mais acteurs de la vie culturelle* » (GREFFE et PFLIEGER 2009 : 150).

Les pratiques et les mesures spatiales prises pour organiser les lieux culturels permettent de jouer un rôle dans la démocratisation de la culture. Ainsi, une volonté de « *diffuser une culture* » (MIRLESSE et al. 2006, cités par GREFFE et PFLIEGER 2009 : 126) a pris forme, ce qui a permis de rendre l'accès à la culture à la fois à une plus grande densité de population, mais également à des profils socio-démographiques différents. Pour ce faire, Greffe et Pflieger (2009 : 128) expliquent que les dirigeants disposent de « *deux modèles de démocratisation* » : d'une part, une démocratisation de « *contamination par contiguïté* » représentée par la volonté de créer une communauté d'intérêt autour de pratiques culturelles, dont les membres n'ont pas les mêmes envies : « *ce modèle met en avant l'importance des réseaux sociaux de l'inscription territoriale de la diversité et du nombre d'expériences culturelles dans le développement d'une curiosité artistique* » (SAGOT-DUVAUROUX et WRIGHT 2001 : 7). D'autre part, on retrouve « *un choc électif* », qui cherche à mobiliser des motivations exclusivement artistiques, c'est-à-dire à « *induire un goût croissant pour la création artistique la plus exigeante* » (SAGOT-DUVAUROUX et WRIGHT 2001 : 6). Selon les auteurs (2009 : 128), il apparaît que la France

soit entrée dans ce deuxième modèle de démocratisation culturelle après avoir suivi longtemps le premier. Ce changement peut s'expliquer par le fait que la culture est passée d'un ministère culturel public à un ministère regroupant des personnes « *de plus en plus éloignées du milieu des associations populaires* » (GREFFE et PFLIEGER 2009 : 128).

Afin d'agir dans le sens d'une démocratisation, les acteurs politiques utilisent deux moyens pour rendre la culture accessible: premièrement, « *une offre élevée et mieux répartie sur le territoire* », dans le but d'attirer des personnes ayant des intérêts pour diverses cultures, et deuxièmement, sensibiliser le public à la culture en vue d'obtenir une augmentation « *du niveau de la demande* » (GREFFE et PFLIEGER 2009 : 150). Des mesures doivent donc être prises pour répartir spatialement les lieux culturels de manière à les rendre utilisables, atteignables et praticables pour le plus grand nombre. De manière relativement intuitive, les lieux culturels devraient se répartir de manière équitable sur le territoire nantais pour aller dans le sens d'une démocratisation.

2.2. Question de recherche, sous-questions et objectifs

Comme présenté dans la partie conceptuelle de ce travail, la démocratisation de la culture s'élabore, à un niveau spatial, à travers les décisions d'acteurs politiques en matière d'aménagement et d'accessibilités diverses au territoire. La démocratisation culturelle et les stratégies politiques qui sont prises, peuvent représenter une forme de justice spatiale, puisque l'objectif est de rendre accessible la culture au plus grand nombre. Dans l'optique de cet objectif de démocratisation, la diffusion des lieux culturels est le moyen spatial le plus intuitivement utilisé. En effet, celui-ci permet d'atteindre les populations en se rapprochant de leur habitation, devenant ainsi plus accessible en matière de distance tout en gardant à l'esprit que d'autres moyens d'accessibilités existent, tels que la gratuité des activités culturelles.

Partant de ces observations, nous souhaitons interroger la répartition des lieux culturels à Nantes, puisque certains acteurs culturels ont récemment fortement concentré leurs efforts aussi bien politiques qu'économiques, afin de développer des lieux culturels dans le quartier de la Création, représentant ainsi une certaine concentration de l'offre culturelle. Ceci peut être en contradiction avec la répartition spatiale qui serait communément utilisée (diffusion) pour démocratiser la culture, c'est pourquoi nous tenterons de répondre à la question de recherche suivante :

Dans quelle mesure la concentration des activités culturelles dans le quartier de la Création est-elle en contradiction avec la démocratisation de la culture à Nantes ?

Cette interrogation nous permet de comprendre dans quelle mesure ce choix de concentration des activités engendre des débats aussi bien politiques que dans la vie associative. De plus, cette concentration des activités culturelles est d'une part, le fruit de diverses stratégies et implique d'autre part des réactions et des critiques. C'est en tenant compte de ces deux pôles que nous pouvons spécifier et détailler notre question de recherche. Ainsi nous formulons deux sous-questions complétées de plusieurs objectifs. La première de nos sous-questions s'intéresse à la répartition spatiale des lieux culturels nantais :

Comment la répartition spatiale de l'offre culturelle à Nantes est-elle pensée par les acteurs politiques?

Pour répondre à cette sous-question de recherche nous avons pour ambition de répondre à trois objectifs de recherche. Premièrement, nous aimerions comprendre les raisons qui ont motivé les acteurs politiques à concentrer leurs intentions, et certainement leurs financements, sur une concentration de l'offre culturelle à Nantes au sein du projet de l'Île de Nantes. Deuxièmement, nous désirons comprendre s'il y a d'autres logiques de répartition spatiale des lieux culturels à Nantes. Avec cet objectif, il s'agirait d'interroger les acteurs afin de voir s'ils mobilisent également d'autres stratégies que la concentration des lieux culturels au sein d'un quartier

créatif. Troisièmement, il s'agirait de saisir les débats que cette répartition spatiale a engendrés aussi bien au niveau politique qu'associatif et quels ont été les impacts de ces débats dans les prises de décisions et la répartition actuelles des lieux culturels.

La seconde sous-question traite des enjeux propres à la démocratisation culturelle à Nantes :

Quels sont les enjeux de la démocratisation culturelle à Nantes ?

Ici *encore* cette question a été divisée en trois objectifs de recherche qui nous permettront d'affiner les informations que nous désirons récolter. Pour commencer, il s'agit de discuter des éléments, mis en avant par les différents acteurs, qui permettent de définir la démocratisation culturelle. Ensuite, il s'agit de comprendre les divers moyens par lesquels les acteurs parviennent à démocratiser la culture et les stratégies mises en place en fonction de la visibilité des lieux. Pour terminer, nous aimerions distinguer quels sont les débats qui animent la démocratisation culturelle à Nantes. Il s'agit également de comprendre dans quelle mesure les éléments soulevés lors des débats sur la démocratisation culturelle participent à une volonté de rendre la culture plus équitable spatialement, ce que préconise le concept de la justice spatiale.

3. METHODOLOGIE

Afin de discuter de notre sujet de recherche, nous avons retenu l'enquête par entretien semi-directif, ainsi que l'analyse de documents.

Premièrement, l'entretien semi-directif a été choisi, car la personne interrogée « *exprime ses perceptions [...] d'une situation, ses interprétations ou ses expériences [...] librement, dans les mots qu'il souhaite et dans l'ordre qui lui convient* » (QUIVI et VAN CAMPENHOUDT 2013 : 170). La structure semi-ouverte de l'entretien permet au chercheur de « laisser venir » la personne interrogée tout en ne s'éloignant pas des objectifs de recherche. Ainsi, cette structure nous a permis d'aborder et d'orienter les questions en fonction des connaissances des personnes que nous rencontrons. Deuxièmement, l'analyse de documents et plus particulièrement de programmes électoraux des divers partis politiques français, nous a permis de réaliser un complément d'analyse et de positionner les dires des acteurs que nous avons interrogés avec les débats politiques culturels à Nantes.

3.1 Acteurs interrogés

Nous avons réalisé à Nantes six entretiens et assisté à une conférence de Laurent Devisme qui a réalisé un panorama global de la politique culturelle nantaise. Hélène Morteau, doctorante à la SAMOA (Société d'Aménagement de la Métropole Ouest Atlantique) nous a permis de comprendre les raisons pour lesquelles l'Île de Nantes s'est développée de manière si fulgurante et quels sont les atouts de ce quartier. Par la suite, grâce à l'entretien avec l'Institut Kervegan (laboratoire d'idées citoyennes), nous avons rencontré trois personnes (Stéphanie Rabaud, Gwénaél Boidin et Françoise Leclerc) qui nous ont longuement évoqué de manière apolitique les différentes stratégies de la politique culturelle, tout en les illustrant de nombreux exemples. Roger Lemaistre, quant à lui, étant très actif dans de nombreuses associations des quartiers populaires, nous a permis d'aborder la culture dans les quartiers périphériques dans lesquels son accès n'est pas forcément évident. Puis, nous avons rencontré Gérard Pardessus, directeur général à la culture qui nous a longuement expliqué les moyens utilisés par la Mairie pour démocratiser la culture, mais également les éléments qui structurent la répartition des infrastructures culturelles. Ensuite, en tant que maître de conférences en géographie et aménagement du territoire à l'Université de Nantes, Isabelle Garat a attiré notre attention sur l'importance des infrastructures culturelles de la métropole nantaise, mais également sur les débats politiques historiques et récents autour des questions de spatialité et de démocratisation.

Enfin, Élise Roy en tant que chercheuse au laboratoire LAUA (Langages - Actions Urbaines - Altérités) nous a permis d'aborder la thématique de la spatialisation des infrastructures culturelles et la politique culturelle future suite à l'élection d'une nouvelle Maire.

4. RESULTATS

Dans le but de pouvoir discuter de nos sous-questions et d'en ressortir les principaux résultats, il convient de rappeler certains éléments factuels de notre recherche. Nous avons pris la décision d'interroger les répondants uniquement sur les infrastructures culturelles comprises dans la ville de Nantes et non pas au sein de la métropole nantaise. Ce choix a été motivé par le fait que la métropole nantaise est soumise aux décisions politiques d'autres acteurs que ceux de la ville de Nantes. Un critère de faisabilité a également restreint notre analyse aux infrastructures culturelles permanentes, mettant de ce fait de côté les infrastructures temporaires. Afin de mettre en lumière les discours politiques nantais concernant la démocratisation de la culture, nous avons décidé d'aborder cette thématique en premier, pour ensuite évoquer la répartition spatiale engendrée par cette politique.

4.1 La démocratisation culturelle

Avant d'aborder la répartition spatiale des infrastructures culturelles et des débats engendrés par celle-ci, nous allons évoquer plus spécifiquement la thématique de la démocratisation de la culture. Nous avons souhaité connaître, à travers cet objectif, les éléments que les acteurs politiques de la culture à Nantes assimilaient à la démocratisation culturelle. Cela nous permet d'affiner la définition que nous avons retenue à travers la littérature scientifique et de mettre en évidence diverses finalités vers lesquelles les stratégies de démocratisation doivent tendre à Nantes.

Il est ressorti de nos entretiens que les personnes interrogées, lorsqu'elles ont dû définir la démocratisation culturelle, ont tantôt relaté des aspects similaires, tantôt des aspects qui n'avaient pas été cités par d'autres acteurs. Cela montre que lorsqu'il s'agit de démocratiser la culture, les politiques déploient diverses stratégies. Ainsi, il n'y a pas qu'une seule ligne directrice à suivre pour démocratiser la culture :

« La démocratisation, il n'y a pas une manière de faire, il y a toutes les manières de faire à un moment donné en étant pragmatique, en s'adaptant, [en étant] à l'écoute du citoyen nantais puisque c'est pour lui qu'on travaille. Tout cela fait partie de la démocratisation. Il ne faut pas s'arrêter à une mesure. » (Gérard Pardessus, directeur général à la culture à la Mairie de Nantes)

Nous pouvons donc observer qu'il existe une certaine complexité à délimiter les actions précises qui définissent la démocratisation de la culture, puisque cette dernière est le résultat de l'adaptation des politiques à la population et à des opportunités. Par ailleurs, comme nous l'avons rappelé l'un de nos interlocuteurs, la démocratisation est une dynamique « top-down », c'est-à-dire que la démocratisation répond à une demande gouvernementale qui s'insère, ensuite, dans la population. La démocratisation culturelle n'est, de ce fait, pas le fruit d'une action citoyenne. La démocratisation de la culture correspond aussi à l'élaboration d'offres variées permettant d'attirer un public large. Toutefois, la proposition d'une offre culturelle diversifiée va de pair avec une certaine sensibilisation d'un large public à la culture. En effet, les offres n'atteindront pas les personnes visées sans que ces dernières ne disposent d'un certain attrait pour la culture. C'est pour cela que selon plusieurs de nos répondants, la démocratisation culturelle se définit tout d'abord par la médiation culturelle :

« Au quartier de la Création, on a le volet médiation dont l'objectif est de faire en sorte que le quartier de la Création soit compris par le plus grand nombre [...]. Donc oui on a une pratique de démocratisation mais pas assez fort actuellement, je pense que c'est un axe qui va se renforcer à l'avenir. » (Hélène Morteau, chercheuse à la SAMOA)

Même si nos interlocuteurs ont été en mesure de nous transmettre leur définition de la démocratisation culturelle, nous nous sommes toutefois questionnées quant à la réelle efficacité de la démocratisation culturelle à Nantes. Sur ce point, il s'est avéré que les acteurs interrogés détiennent des opinions plutôt opposées. En effet, d'un côté la démocratisation culturelle à Nantes apparaît comme sous-tendant fortement les actions politiques puisque celles-ci ont toutes pour finalité une cohésion sociale et territoriale. Toutefois, ce n'est pas parce que la démocratisation de la culture est une stratégie politique permanente que les actions de cette stratégie aboutissent forcément vers une démocratisation.

D'un autre côté, nous avons ceux pour qui la démocratisation culturelle n'existe plus à Nantes. Cela s'explique par le fait qu'aucun des nombreux moyens pouvant être mis en place pour démocratiser ne fait ses preuves. Effectivement, selon les propos de l'un de nos acteurs, le nombre de personnes accédant à la culture ne s'accroît pas malgré les multiples stratégies mises en œuvre :

« Je pense qu'aujourd'hui, la démocratisation culturelle ne veut plus rien dire. On n'en est plus là. Dans la plupart des grandes villes, on n'en est plus là parce qu'effectivement on reste sur des 10% globalement qui ont accès à la culture quel que soit le choix [politique]. » (Gwénaél Boidin, Institut Kervegan)

Cependant, il reste à savoir si ce manque d'accessibilité aux infrastructures culturelles des citoyens français est une question de leur choix personnel ou si cela résulte d'une méconnaissance de leur part à la culture ou encore s'il s'agit d'une inadéquation de l'offre par rapport aux besoins.

« Tout ce qui va dans le sens, à un moment donné, du contact de l'individu, qui n'est pas proche de la culture, avec la culture que ça soit une œuvre, un équipement, une personne, ça favorise la culture. La culture, ça s'acquiert par contagion. Et si on n'a pas envie d'y aller, on n'y va pas parce que c'est aussi ça la démocratie. » (Gérard Pardessus, directeur général à la culture à la Mairie de Nantes)

Au vu des entretiens, nous pourrions conclure que la démocratisation culturelle n'est pas une stratégie politique clairement définie aussi bien au niveau des moyens pour y parvenir que de leurs réelles fonctionnalités. La démocratisation culturelle serait, de ce fait, un processus politique qui se construit en permanence et qui, parfois échouerait, parfois réussirait ; cela dépendrait des moyens mobilisés, des infrastructures culturelles et de la population sur lesquels la démocratisation culturelle est appliquée.

4.2 Les mesures de démocratisation culturelle

Après avoir défini ce qu'était la démocratisation culturelle, nous désirons désormais nous intéresser plus particulièrement aux moyens et aux stratégies grâce auxquels les acteurs, qu'ils soient politiques ou privés, parviennent à démocratiser la culture. Comme expliqué précédemment dans la partie théorique, les mesures de démocratisation peuvent être économiques, éducatives ou encore spatiales. Nous avons précédemment décidé de nous intéresser uniquement aux mesures d'ordre spatial. Cependant, après avoir réalisé le travail de terrain, nous pouvons affirmer que les mesures de démocratisation ne peuvent pas être séparées les unes des autres, étant donné que celles-ci s'interpénètrent en permanence lorsque des acteurs ont pour but la démocratisation.

De manière générale, il ressort que la concentration des infrastructures culturelles à Nantes peut être considérée par certains acteurs comme un moyen en soi de démocratisation culturelle pour deux raisons principales. Premièrement, l'accessibilité se voit renforcée par la proximité des infrastructures au sein des deux principaux centres culturels, présentés précédemment. En effet, l'accès aux différents lieux culturels, qu'il s'agisse d'accessibilité en termes de transports en commun ou pour les personnes à mobilité réduite, est le principal point d'ancrage d'une démocratisation culturelle.

« La centralité pour moi c'est lié à l'accessibilité. En plus, c'est une logique sur laquelle on travaille encore plus aujourd'hui. Pour moi, une centralité c'est aussi un espace de déplacement qui permet de se rendre rapidement partout. » (Gérard Pardessus, directeur général à la culture à la Mairie de Nantes)

Il est apparu que le Voyage à Nantes est la « dynamique ultime » de la volonté de rendre plus accessible les lieux culturels, puisque celui-ci part de la gare, point d'entrée dans la centralité et emmène les personnes à travers une multitude de lieux culturels sans devoir se déplacer en transports publics.

Bien que l'Île de Nantes représente actuellement un lieu central en termes d'accessibilité, ce quartier était autrefois un quartier peu accessible de la ville de Nantes, étant peu relié aux autres quartiers. Voulant désenclaver ce quartier et le redynamiser, les autorités de la ville ont fait construire de nombreux ponts reliant l'Île de Nantes aux autres quartiers permettant un accès facilité à cette partie de la ville. De plus, en vue d'améliorer encore l'accessibilité d'autres constructions sont prévues pour compléter les treize ponts existants actuellement.

« Il y a des études en cours pour développer d'autres transports pour traverser la Loire, parce qu'il en manque quelques-uns. Il y en a deux-trois qui doivent être construits, notamment sur la partie Chanteney et vers le Hangar à Bananes où finalement il n'y a pas grand-chose. » (Gwénaél Boidin, Institut Kervegan)

Figure 3 : Ponts reliant l'Île de Nantes au centre-ville et à la métropole nantaise



Source : Muriset et Vuilleumier 2014

Ensuite, la concentration des grandes infrastructures culturelles permet une diversité des activités culturelles, mais également une diversité en termes d'utilisation spatiale des centres, puisqu'on y trouve aussi bien des logements que des bureaux ou des équipements culturels. Pour aller dans le sens d'une démocratisation de la culture et pour contrer l'effet centralisant de la répartition des infrastructures culturelles sur l'Île de Nantes et sur le quartier historique, il s'agit désormais d'évoquer le cas de la culture présente dans la plupart des quartiers. Il est ressorti que les médiathèques constituent l'infrastructure culturelle première pour désenclaver un territoire, permettant ainsi un accès culturel à des populations plus isolées culturellement.

« Le quartier Bottière Chénaie c'est un quartier qui est en jonction, c'est-à-dire qu'il y avait de grands ensembles et des friches et ils ont commencé la construction de ce quartier en y installant une médiathèque [Floresca Guépin] qui a vraiment été un équipement de la décennie. Cette médiathèque devait participer au désenclavement de ce quartier populaire et donc là il y avait un

enjeu pour que la médiathèque permette de réunir les habitants » (Élise Roy, enseignante-chercheuse au LAUA)

Selon Laurent Devisme (Conférence donnée 31.03.14 au LAUA), il y a une réelle volonté politique pour que chacun ait accès à la culture parce que celle-ci est vectrice d'émancipation, d'épanouissement et créatrice de liens sociaux. Ainsi, dans une optique de démocratisation de la culture, la Mairie semble réellement mener une politique culturelle de proximité à travers trois stratégies. Tout d'abord, il s'agit de pratiquer une culture « hors les murs », c'est-à-dire que certaines pièces d'art sont sorties des locaux dans lesquels elles sont habituellement présentées, pour être mises dans d'autres lieux de la ville. Cela permet de sortir la culture et de la rendre visible, et peut être plus attractive pour la population. Ainsi, cette pratique permet de faire un lien entre les pôles culturels centraux et les quartiers qui ont moins d'accès aux lieux culturels. Ensuite, la politique culturelle de proximité s'attèle à donner une plus grande participation aux citoyens, afin que ceux-ci se sentent concernés par la culture. Par exemple, lors de la création en 2013 d'une médiathèque dans le quartier Bellevue, les citoyens ont pu participer à sa conception et améliorer certains aspects pratiques, tels que l'accès au jardin, mais également choisir le nom de la médiathèque, appelée aujourd'hui Lisa Bresner. Ainsi, la population a pu plus facilement s'approprier les lieux.

Figure 4 : Médiathèque Lisa Bresner



Source : Nantes.maville.com

Pour terminer, la politique culturelle de proximité se développe à travers le soutien financier de petits lieux culturels (galeries d'art, lieux de spectacles, lieux de musique) disséminés au sein de la ville. En contrepartie de ce soutien financier, les artistes doivent participer et aider à la démocratisation culturelle.

« Les ateliers d'artistes, on va leur dire dans les conditions qu'il y aura à un moment donné une journée ou plusieurs où ils vont ouvrir leurs ateliers au public pour que cela permette une démocratisation. On les aide mais la contrepartie c'est la démocratisation culturelle. » (Gérard Pardessus, directeur général à la culture à la Mairie de Nantes)

Bien que de nombreuses stratégies soient réalisées dans le but de rendre la culture accessible au plus grand nombre, il est clairement apparu que l'éducation scolaire, mais également familiale, était très importante dans la fréquentation de lieux culturels. En effet, l'éducation permet de faire découvrir divers types de culture et instaure une relation entre les enfants et la culture. Le cercle familial, quant à lui, permet de perpétuer et d'alimenter ce lien entre une personne et la culture.

« C'est encore plus fort quand ça vient du milieu familial parce qu'on continue d'y aller après la période scolaire, on est plus réceptif à la culture. L'école doit aider des jeunes à aller vers ce genre de lieu, même quand le milieu familial ne les porte pas. » (Isabelle Garat, géographe à l'Université de Nantes)

Il apparaît que la politique actuelle nantaise semble privilégier la démocratisation culturelle pour les Nantais, alors que ce n'était pas forcément le cas auparavant. En plus de privilégier ce type de population, la politique accorde, désormais, une grande importance au soutien d'artistes nantais, car ceux-ci, de par les relations qu'ils entretiennent avec la population, permettent de rendre la culture plus attractive.

« On a mis en place ce qu'on appelle des créations partagées, c'est-à-dire, un système de comité de sélection qui étudie tous les projets. L'idée, c'est de faire appel aux structures nantaises, on est là pour aider les artistes nantais sur leur territoire. » (Gérard Pardessus, directeur général à la culture à la Mairie de Nantes)

Pour terminer cette analyse des stratégies de démocratisation culturelle, nous aimerions revenir sur une idée intuitive : la gratuité des infrastructures culturelles favorise la démocratisation de la culture. Ainsi, il est ressorti que la gratuité n'entraîne, bien au contraire, pas une démocratisation culturelle, puisque les lieux gratuits sont moins fréquentés que ceux qui sont payants. De nombreux moyens sont donc mis en œuvre pour démocratiser la culture à Nantes. Cependant leur efficacité dépend d'une multitude de facteurs aussi bien spatiaux, qu'éducatifs ou sociaux. De plus, comme nous le verrons par la suite, ces stratégies de démocratisation culturelle ont engendré de nombreux débats et critiques populaires, associatives ou politiques.

4.3 Débats culturels, programmes politiques et justice spatiale

Il s'agit désormais de distinguer les débats qui animent la démocratisation culturelle, les impacts qu'ils ont eus, mais également quels sont les éléments de la démocratisation culturelle qui permettent de participer à la justice spatiale. Selon l'un de nos répondants, de manière générale, les moments de critiques les plus importantes dans la politique culturelle nantaise se déroulent lors des périodes pré-électorales. Ainsi, déjà en 2008, la politique culturelle avait été largement critiquée sur divers motifs. Les critiques précédant les élections municipales de 2014 se sont basées sur les mêmes fondements que lors de la précédente période électorale. Cette année, les débats ont principalement concerné les grands équipements et les soutiens financiers accordés par la Mairie. En effet, les équipements importants, tels que l'Éléphant, le Voyage à Nantes ou le Carrousel des Mondes Marins, ont été un changement important dans le paysage culturel nantais. Ces infrastructures ont connu de nombreuses critiques, car celles-ci ont coûté très cher à la ville, mais également parce que ces lieux représenteraient, aux yeux des associations et de la population, une culture touristique peu significative pour les citoyens allant parfois jusqu'à qualifier le quartier des Machines de l'Île de « Luna Park ».

« Ce qui est critiqué, c'est que la municipalité accorde de grosses subventions, c'est cher par rapport à l'ensemble des budgets culturels. Après la critique c'est parce que c'est touristique, ce n'est pas que de la culture. Ce n'est pas de la culture qui met en valeur un ancien site industriel. » (Isabelle Garat, géographe à l'Université de Nantes)



Figure 5 : L'Éléphant

Source : Muriset et Vuilleumier 2014

De plus, selon les acteurs interrogés, le soutien financier à ces équipements culturels importants a certainement empêché la participation financière à d'autres lieux moins réputés et à des artistes peu connus.

« Il y a eu ces très grosses structures qui recevaient de l'argent et ces structures n'avaient pas forcément une action locale très forte, c'est-à-dire que Royal de Luxe est présent partout dans le monde, alors on se disait qu'il y avait d'autres artistes qui faisaient des choses locales et qui avaient beaucoup moins d'argent, donc je pense qu'il y avait une jalousie puissante qui est arrivée » (Isabelle Garat, géographe à l'Université de Nantes)

En résumé, les critiques ont principalement porté sur une volonté globale de rééquilibrage aussi bien en termes de taille d'infrastructures que de soutiens financiers ou de répartition spatiale des lieux culturels, comme il a été présenté précédemment. Face à ces contre-mouvements, les politiciens ont réagi et ont proposé des changements dans leurs programmes électoraux. En effet, qu'il s'agisse des programmes politiques culturels du Parti Socialiste, de l'UMP, des Verts ou du Front National, ceux-ci ont tenté de réagir aux critiques émises. Cependant, tous les partis ne sont pas concernés de la même manière vis-à-vis des critiques, puisque, par exemple, le Parti Socialiste, au pouvoir, réalise cette politique et porte donc l'opposition qui la critique.

Par exemple, l'UMP prévoit d'ouvrir à Nantes, comme cela a été le cas à Lens avec l'annexe du Musée du Louvre, la Cité Jules Verne qui serait le prolongement de la Cité des Sciences et de l'Industrie de la Villette à Paris, afin de *« mieux diffuser et partager les enjeux techniques de demain, [mais également] pour capitaliser sur l'image de Jules Verne qui est connu dans le monde entier »* (Programme électoral de Laurence Garnier 2014, candidate UMP à la Mairie de Nantes en 2014). Ceci aurait permis de répondre à la critique de concentration de l'offre culturelle à Nantes.

Les Verts, quant à eux, ont pour ambition *« l'équilibre entre grands événements ou équipements et soutien aux initiatives locales »* tout en associant *« les Nantais-es aux orientations de la politique culturelle à travers la mise en place d'un "Fablab de la culture", instance d'échanges entre élus, artistes, acteurs culturels et habitants »* (Programme électoral de Pascale Chiron 2014, candidate des Verts à la Mairie de Nantes en 2014). De ce fait, l'équilibre entre les infrastructures symboliques et les petits lieux aurait permis la mise en valeur et le soutien des artistes nantais. Ceci était une volonté et une remarque souvent répétées par les associations et les particuliers.

Les personnes interrogées ont effectivement relevé que la Mairie avait pris en compte les remarques qui étaient les plus lancinantes lors des Municipales de 2008 et avait opéré des changements.

« La Mairie elle soutient effectivement actuellement des petits lieux et je pense qu'elle a pris conscience qu'il fallait qu'elle le fasse encore plus. Je pense qu'ils ont entendu cette critique qui a quand même été très récurrente. » (Isabelle Garat)

Avec l'élection de Johanna Rolland, la politique culturelle va globalement continuer d'être dans la lignée des vingt-cinq années précédentes de gouvernance de gauche. Cependant, comme ses rivaux, Johanna Rolland a mis en lumière, dans son programme culturel, la nécessité de redonner une place importante aux petits artistes nantais, de mettre en place une culture qui soit moins événementielle, à destination des touristes. tout en n'oubliant pas l'objectif que Nantes soit renommée internationalement : *« soutenir des acteurs associatifs, affirmer le rôle des "petits" lieux, créer 3 nouvelles Fabriques, accompagner les microstructures et encourager le développement de collectifs créatifs, permettre l'accès à la lecture pour tous »* (Programme électoral de Johanna Rolland 2014, candidate socialiste, propositions n° 100, 138, 139, 141, 146) tout en créant *« un nouveau grand parc urbain à la pointe Ouest de l'Île de Nantes »* (proposition n° 45).

Ainsi, selon Laurent Devisme, il y a actuellement une page qui se tourne dans la politique culturelle nantaise puisque l'époque où on se focalisait principalement sur l'Éléphant comme emblème « *appartient à une époque, on passe maintenant à une autre époque qui va plus remettre l'accent sur les enjeux d'éducation populaire qui seront moins décalés* » (Conférence donnée 31.03.14 au LAUA). De manière plus générale, il est possible de lier ce tournant que prend la politique culturelle nantaise avec la justice spatiale, étant donné que divers éléments permettent d'aller dans le sens d'une répartition territoriale plus équitable. En effet, dans son programme électoral, Johanna Rolland (candidate du Parti Socialiste élue à la Mairie de Nantes en 2014) a clairement évoqué la justice sociale et spatiale : « *Nantes, ville facile et plus juste : ce pacte républicain, nous devons le faire vivre concrètement, sur le terrain* ». Dès lors, nous pouvons réaliser des rapprochements entre les actions et les politiques culturelles nantaises avec des éléments de justice spatiale. Tout d'abord, la justice spatiale comprend l'entente et la cohabitation entre les habitants. La politique culturelle menée actuellement à Nantes a pour but de créer une cohésion sociale et de limiter les discriminations entre les quartiers les plus équipés en infrastructures culturelles et ceux qui seraient en manque :

« Nous avons des objectifs transversaux : cohésion sociale, cohésion territoriale par contre, quand on est dans la cohésion territoriale, ça veut dire qu'à un moment donné, il y a des allers-retours entre centralité et non-centralité. » (Gérard Pardessus, directeur général à la culture à la Mairie de Nantes)

Cette volonté de cohésion sociale et d'équilibre entre les habitants se développe également à travers la mixité sociale qui existe dans des quartiers où de nombreux équipements culturels sont présents, tels que sur l'Île de Nantes, mais également à travers la volonté de créer des partenariats culturels entre les différents quartiers de la ville afin que la population puisse communiquer et échanger.

La justice spatiale porte également son attention sur le fait que toutes les personnes qui désireraient se rendre dans un lieu culturel puissent le faire même si celles-ci n'ont pas forcément les moyens. A travers diverses stratégies, la politique culturelle nantaise essaye également de faire découvrir la culture et les infrastructures culturelles à une population qui ne s'y intéresse normalement pas réellement. En effet, grâce à différents types de « pass », peu chers, qui proposent un important panel d'offres, la population pourrait être incitée à fréquenter ces lieux.

« Il y a à Nantes un dispositif qui s'appelle Carte Blanche qui est initié par une politique de solidarité, c'est-à-dire que c'est une politique de solidarité qui fait ça, c'est l'action sociale qui retient des places dans les salles culturelles et les spectacles, cela permet aux gens intéressés d'avoir accès à des manifestations culturelles très peu chères. » (Roger Lemaistre, retraité actif dans l'accès à la culture des quartiers populaires nantais)

Les sociétés et associations culturelles essaient de faire découvrir la culture à tous les publics, en ouvrant également parfois leurs portes lors de nocturnes où les entrées sont gratuites. Il apparaît donc que de nombreux moyens de démocratisation culturelle sont mis en œuvre par les acteurs, même si cela ne fonctionne pas toujours de manière totalement optimale.

4.4 La concentration de l'offre culturelle sur l'Île de Nantes

Cet objectif a pour ambition d'expliquer pourquoi une partie de l'offre culturelle a été centralisée sur l'Île de Nantes. Rappelons qu'avant cette forte présence de la culture sur l'Île, de nombreux chantiers de l'industrie navale avaient pris possession de cette partie de la ville. À la suite de la crise industrielle, ces chantiers ont été laissés à l'abandon et se sont transformés en friches industrielles. La SAMOA a alors vu le jour en 2003 pour raviver et stimuler ce lieu. La culture s'est alors imposée en tant que stratégie envisageable pour redynamiser l'Île de Nantes. En effet, la culture est souvent utilisée pour aménager un territoire qui a perdu son utilité initiale et qui est en voie de devenir à nouveau fréquenté. Par exemple, comme nous l'a présenté un des acteurs interrogés (Élise Roy), Paris et Berlin sont des villes qui ont employé la culture lors de la désindustrialisation de leurs centres-villes. La culture a donc la capacité de réhabiliter, comme sur l'Île de Nantes, des friches industrielles, lieux qui ne sont plus considérés par les habitants.

« Mon hypothèse serait que la culture joue un rôle interstitiel, d'intermédiaire, c'est-à-dire qu'elle est bien pratique pour gérer des temps de transition. C'est ce qui s'est passé sur l'Île de Nantes. » (Élise Roy, enseignante-chercheuse au LAUA)

De ce fait, la culture ne semble pas avoir été développée sur l'Île de Nantes pour améliorer l'offre culturelle nantaise, mais plutôt dans une optique de redynamisation économique de l'Île de Nantes et plus généralement de la ville et de la métropole nantaise. En effet, la culture correspond à une stratégie territoriale qui a été utilisée et est encore utilisée aujourd'hui pour que Nantes détienne une place importante à l'échelle des villes européennes. La concentration de l'offre culturelle sur l'Île de Nantes a été effectuée parce qu'à cet endroit de Nantes se trouvaient de nombreuses industries à l'abandon qu'il fallait réaffecter. Dans cette perspective, l'offre culturelle a plus largement été employée comme un moyen d'attraction qui a eu la capacité de renouveler l'économie nantaise, bien que, dans un second plan, cette offre réponde également aux volontés de démocratisation culturelle des acteurs politiques, comme nous le verrons par la suite.

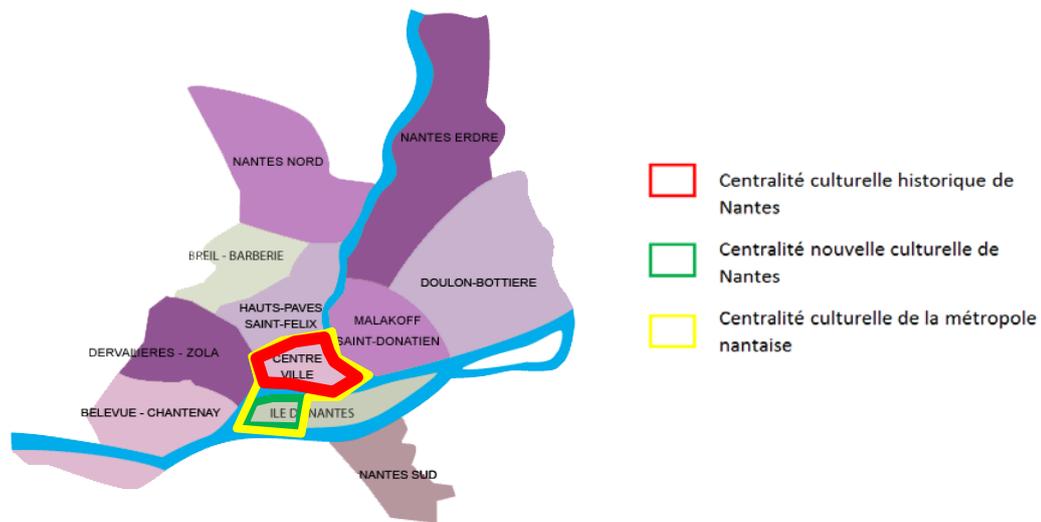
4.5 La répartition spatiale des infrastructures culturelles

Il s'agit ici de savoir si une autre logique de répartition des lieux culturels que celle de leurs concentrations au sein du quartier créatif de l'Île de Nantes, existe aux yeux des personnes interrogées. Il est dès lors possible de dégager une première observation : une centralité des lieux culturels historiques coexiste à la centralité des lieux culturels du quartier de la Création. En effet, il apparaît que les lieux historiques détiennent une capacité structurante sur le territoire, de sorte à créer une centralité qui les engobe. À Nantes, cette centralité se trouve au centre-ville et préexiste à la centralité des lieux culturels sur le quartier de la Création pour nos acteurs questionnés. Ainsi, l'Île de Nantes constitue une nouvelle centralité des lieux culturels venant compléter la centralité historique initiale.

« Comme la plupart des villes, en tout cas françaises, on n'échappe pas à une centralité des équipements culturels classiques. La ville se construit aussi par l'histoire et finalement c'est cette histoire-là qui a fait la centralité [à Nantes]. » (Gérard Pardessus, directeur général à la culture à la Mairie de Nantes)

En effet, ces deux centralités se complètent puisque les lieux culturels à Nantes forment une centralité, l'Île de Nantes représentant la nouvelle centralité culturelle à l'échelle de la ville. Par ailleurs, le regroupement des centres culturels du centre-ville et de l'Île de Nantes représente une centralité culturelle à l'échelle métropolitaine. Nous pouvons donc constater que les centralités à Nantes constituent des centralités à différentes échelles spatiales.

Figure 1 : Centralités culturelles



Sources : Immea.fr ; Muriset et Vuilleumier 2014

Ces lieux culturels tels que l'opéra, le château ou les Machines, s'adressent, pour la plupart, à la fois à la population nantaise mais aussi aux touristes. Il apparaît alors que les lieux culturels, qui ont un potentiel touristique attractif, sont centralisés sur le centre-ville et l'Île de Nantes. Cependant, nous pouvons nuancer cette démonstration par l'exemple de la Fabrique⁶. En effet, la Fabrique, haut lieu culturel à Nantes pour les autochtones et touristes, a initialement été délocalisée du quartier périphérique Bas Chantenay sur l'Île de Nantes. Puis, la politique culturelle nantaise s'est servie de la Fabrique pour implanter à nouveau la culture dans les quartiers périphériques en se multi-localisant dans les quartiers de Chantenay et de Dervallières.

« On ne l'a pas délocalisée, on l'a multi-localisée. C'est-à-dire que la Fabrique est un réseau nantais dans trois lieux, un Île de Nantes, dans le quartier de Chantenay et puis une autre aux Dervallières. » (Gérard Pardessus, directeur général à la culture à la Mairie de Nantes)

Figure 2 : Fabriques de l'Île de Nantes et de Chanteney



Sources : Levoyageanantes.fr ; Nantes.fr

Par cet exemple qui nous a été souvent suggéré, nous pouvons voir que les lieux culturels nantais, à potentiel touristique, se distinguent principalement par une répartition centralisée mais

⁶ La Fabrique est un laboratoire artistique. « Le projet de la Fabrique s'inscrit dans la volonté de la municipalité de soutenir l'émergence artistique, les nouvelles formes de création et de prendre en compte les attentes des artistes et des créateurs. L'enjeu de la Fabrique est de permettre à ces expériences, qui représentent aujourd'hui une dynamique culturelle innovante, de se développer dans les meilleures conditions » (LAFABRIQUE.NANTES s.d)

aussi par une répartition diffuse sur le territoire nantais, grâce à la Fabrique. Cette répartition diffuse s'accompagne d'autres types de lieux culturels, réservés uniquement aux Nantais cette fois. En effet, les médiathèques représentent l'« exemple-type » de cet aménagement spatial diffus pour nos répondants, puisqu'elles sont présentes au centre de Nantes ainsi que dans les quartiers périphériques. Nous pouvons par exemple citer la médiathèque Jacques-Demy qui se trouve au centre-ville et la médiathèque Lisa Bresner qui est située dans le quartier de Bellevue :

« S'il y a un exemple réussi d'articulation culturelle entre le centre et les quartiers, c'est la lecture publique. » (Roger Lemaistre, retraité actif dans l'accès à la culture des quartiers populaires nantais)

Toutefois, l'une des personnes que nous avons interrogées a mis en évidence le fait qu'il ne fallait pas percevoir la répartition des lieux culturels à Nantes uniquement dans une circonférence s'arrêtant à la ville mais également considérer les lieux culturels se trouvant dans la métropole nantaise. En effet, les communes alentour se sont vues fortement dotées en lieux culturels depuis quelques années. En outre, il ne faut pas oublier que les périphéries sont munies de lieux culturels qui n'appartiennent qu'à elles et qui ne concernent que très peu le centre-ville de Nantes, tels que des centres socio-culturels.

En guise de conclusion de cet objectif de recherche, nous pouvons dégager des entretiens certaines pistes stratégiques concernant la réparation des lieux culturels à Nantes. Il apparaît cependant que ces pistes ne suivent pas une idéologie commune entre les acteurs, ce qui démontre la difficulté à élaborer une répartition des infrastructures culturelles qui correspondent au plus grand nombre. Ainsi, il est apparu qu'une répartition diffuse des lieux culturels a été mise en évidence :

« Je pense que c'est mieux que ce soit diffus, car sinon on fait des ghettos et avec des ghettos, on n'arrive à rien. Les politiques culturelles des villes doivent faire en sorte qu'il y ait des lieux culturels dans les quartiers et non tous regroupés en un seul endroit. » (Hélène Morteau, chercheuse à la SAMOA)

Toutefois, cette stratégie doit être nuancée pour certains acteurs interrogés pour deux raisons : tout d'abord, des infrastructures culturelles de grande envergure et donc coûteuse au sein des quartiers périphériques à la ville de Nantes seraient quelque part dérangeantes. En effet, les investissements devraient plutôt être faits, dans un premier temps, sur un réaménagement des logements, par exemple, puis, dans un deuxième temps, sur les infrastructures culturelles. Ensuite, il s'avère qu'il est impossible d'insérer les mêmes équipements culturels dans chaque quartier périphérique. C'est pourquoi, il semblerait plus judicieux, selon certains acteurs culturels, de miser sur une accessibilité améliorée de la périphérie au centre-ville puisque celui-ci est l'endroit de Nantes le mieux loti en termes de diversité de l'offre culturelle. Ainsi, ce n'est pas sur la proximité entre les habitations et les infrastructures culturelles qu'il faut se focaliser, mais plutôt sur un accès facilité aux centralités culturelles de Nantes. Dans cette optique, ce n'est pas la diffusion des infrastructures qui devrait être privilégiée mais bel et bien l'accessibilité et la concentration.

« Je pense que ramener du clinquant au cœur des cités HLM, ce n'est pas forcément une bonne idée. Il n'est pas possible de doter de tous les équipements culturels tous les quartiers populaires, c'est inimaginable. C'est dans la connexion entre le centre-ville et les quartiers. De mon point de vue, la proximité géographique n'y fait pas grand-chose. » (Roger Lemaistre, retraité actif dans l'accès à la culture des quartiers populaires nantais)

La répartition spatiale des équipements culturels est également dépendante des opportunités qui s'offrent à la Mairie de Nantes. En effet, par exemple, si un bâtiment se trouvant au centre et répondant relativement bien aux critères nécessaires pour implanter une infrastructure culturelle se libère, la Mairie va saisir cette opportunité. Par ailleurs, il nous a été indiqué que ce n'est pas

uniquement la répartition spatiale qui doit être pensée lorsque des lieux culturels doivent être implantés dans un certain emplacement, mais aussi l'éducation des personnes à la culture, comme nous le verrons dans la suite de l'analyse.

4.6 Les débats relatifs à la répartition spatiale des lieux culturels

Ce chapitre vise à discuter des débats politiques ou associatifs engendrés par la répartition spatiale des lieux culturels ainsi que des impacts et des prises de décisions que ces contre-mouvements ont impliqués. Comme nous l'avons détaillé précédemment, les infrastructures culturelles importantes ont été relativement centralisées au sein de deux quartiers : le centre historique et l'Île de Nantes. Bien évidemment, ces investissements majeurs au sein de deux quartiers sont une caractéristique importante de la répartition spatiale de lieux culturels nantais. Ainsi, la plupart des acteurs ont évoqué cette concentration d'infrastructures culturelles dans ces deux quartiers, comme un tournant marquant et fondamental dans la politique culturelle, puisque les énergies de développement ont été cristallisées aux mêmes endroits :

« Effectivement depuis la fin des années 90, il y a un parti pris de tout concentrer en un endroit et de vraiment faire de la densification urbaine ce qui n'était pas le cas avant. » (Gwénaél Boidin, Institut Kervegan)

Ce parti pris de concentration n'a pas subi uniquement des critiques, puisque certains acteurs questionnés soulignent le caractère positif de ce regroupement d'infrastructures, créant ainsi une force d'attraction et d'énergie qui, à l'échelle de Nantes sont réellement importantes aussi bien au niveau touristique que local.

« Cela crée une image, une identité forte à la fois pour les habitants eux-mêmes, mais aussi un point de vue attractif pour éventuellement du tourisme extérieur, c'est-à-dire que l'on repère tout de suite que ce sont des quartiers où il y a des activités culturelles. » (Stéphanie Rabaud, Institut Kervegan)

Cependant, cette répartition spatiale a initié un débat dans lequel diverses critiques plus ou moins virulentes ont pris place. La critique qui semble la plus discutée et mise en avant lors de débats politiques est la crainte que la concentration des équipements vide des lieux des infrastructures qu'ils avaient auparavant. Ainsi, le déplacement de certaines infrastructures de lieux peu mis en valeur vers les deux principaux centres culturels a engendré de nombreuses critiques, puisque cela assèche certains quartiers de leurs petites infrastructures qui étaient utilisées par les Nantais. En effet, les acteurs ont notamment évoqué le cas précis de la bibliothèque de Brio qui a été déplacée au profit d'une grande médiathèque de centre-ville.

« Les petits lieux ont disparu. La bibliothèque de Brio était au centre-ville, près de l'hôtel de ville. C'était une petite bibliothèque de quartier, beaucoup de gens y allaient, c'était un petit lieu et ça a été fermé parce qu'on a voulu que la médiathèque de Centre-ville soit plus importante et puis parce qu'on a créé d'autres médiathèques. » (Isabelle Garat, géographe à l'Université de Nantes)

La critique ne portait pas uniquement sur la délocalisation de cette bibliothèque dans un autre quartier, mais également sur le fait que la priorité qui a été donnée, dans ce cas-là, à une grande infrastructure, ce qui « défamiliarise » la bibliothèque de quartier en rendant les échanges entre personnes plus difficiles. En plus de la critique engendrée par la favorisation d'infrastructures importantes par les politiques, il est apparu que ces derniers ont également, soutenu financièrement des troupes renommées, au détriment d'artistes débutants ou peu connus, comme nous en avons été informées. Ce constat a créé de nombreuses critiques au sein de la vie associative nantaise. C'est pourquoi, les acteurs questionnés s'accordent à dire qu'il est nécessaire d'équilibrer à la fois les infrastructures culturelles pour que la majorité du territoire continue d'être irriguée, mais également les financements. En effet, le soutien financier des

infrastructures culturelles est également un sujet qui instaure de nombreux débats, quant aux secteurs où vont les financements et aux sommes dépensées. En effet, même si les personnes questionnées reconnaissent qu'il est parfois positif de mettre d'importants moyens dans des secteurs à enjeux, tels que le quartier de la Création, il est néanmoins essentiel de respecter un équilibre économique pour maintenir une offre sur le reste du territoire et de ne pas se focaliser uniquement sur des infrastructures symboliques.

« Il y a justement des programmes presque écrasants qui sont très fortement soutenus et sans doute aux dépens d'une multiplicité d'activités culturelles qui pourraient prendre place. » (Elise Roy, enseignante-chercheuse au LAUA)

De plus, il est apparu bien souvent qu'un des « programmes écrasants » était illustré par le Voyage à Nantes qui a impliqué un financement important, peut-être trop important pour la population et les associations qui ont craint que trop d'argent ne soit dépensé dans le secteur culturel, alors que d'autres domaines, tels que le logement étaient problématiques. Face à ces critiques et débats engendrés par les décisions politiques prises en matière de répartition spatiale et de financement des infrastructures culturelles, les politiques semblent être à l'écoute et prendre en compte diverses contestations dans leur programme politique, comme nous l'avons évoqué précédemment.

« Les politiques sont en capacité d'entendre, il y a une nouvelle Fabrique qui a ouvert dans les quartiers populaires, ce qui permet de raconter l'histoire différemment en donnant plus d'importance aux petits artistes. Cela permet d'essayer de trouver un équilibre entre le développement d'activités culturelles sur ces espaces à enjeux sans forcément vider le reste du territoire de ses énergies culturelles. » (Élise Roy, enseignante-chercheuse au LAUA)

5. CONCLUSION

En guise de conclusion, nous désirons répondre à nos deux sous-questions, ceci nous permet également de faire une synthèse des résultats obtenus. Ainsi, comme première sous-question nous nous demandions *comment la répartition spatiale de l'offre culturelle à Nantes était pensée par les acteurs politiques*. Tout d'abord, la culture représente un moyen pour rendre la ville plus attractive et pour redynamiser certains territoires laissés à l'abandon après la fermeture des chantiers navals et le déclin industriel. Ensuite, il est apparu que les grandes infrastructures renommées et touristiques étaient centralisées dans le quartier historique et au sein de l'Île de Nantes. Cette dernière n'est devenue une centralité reconnue et importante en termes d'investissements financiers et de mobilisation politique que récemment, puisque le Quartier de la Création a été pensé pour rendre Nantes plus attractive économiquement, touristiquement, et culturellement. Cependant, cette concentration de l'offre culturelle au sein de deux quartiers particuliers peut être nuancée par le centre culturel de développement et d'initiative artistique, appelée la Fabrique, puisque cette infrastructure est répartie dans trois quartiers différents et périphériques. Pour terminer, cette répartition a engendré de nombreuses critiques dans la vie citoyenne et associative nantaise, notamment sur les financements importants apportés au développement de l'Île de Nantes et sur le fait que ceux-ci sont offerts principalement aux troupes et équipements importants, mettant de côté les petits lieux ou artistes débutants.

Par ailleurs, la seconde sous-question portait sur *les enjeux de la démocratisation culturelle à Nantes*. Tout le monde s'accorde à dire que de nombreuses mesures sont prises dans le but de faire découvrir la culture au plus de monde possible. En effet, l'accessibilité facilitée grâce à la concentration des infrastructures culturelles est un élément important de la politique de démocratisation nantaise. Ceci pourrait être a priori contre intuitif, mais au vue des discours relevés lors des entretiens, cette concentration est présentée comme pouvant faciliter la démocratisation culturelle.

Il apparaît également important au niveau politique de posséder de nombreuses médiathèques, afin que la culture aille à la rencontre des quartiers plus populaires. En plus de ces stratégies spatiales pour démocratiser la culture, il est ressorti que les mesures éducatives étaient également centrales, puisque l'habitude de fréquenter des lieux culturels s'acquiert dans le cercle scolaire ou familial. C'est pourquoi il n'est pas possible de parler des mesures de démocratisation culturelle spatiales, sans évoquer les autres mesures importantes. Ainsi, la justice spatiale doit être accompagnée d'autres formes de justice afin que celle-ci puisse être optimale. De plus, l'importance de la culture et les décisions qui doivent être prises pour celle-ci au sein de la politique nantaise a été largement discutée pendant la dernière décennie. Ainsi, les politiques ont dû prendre en compte les remarques et volontés de la population, ceci se retrouvant ainsi dans les programmes électoraux de chaque parti politique.

6. BIBLIOGRAPHIE

Brennetot, A. 2011 : Les géographes et la justice spatiale : généalogie d'une relation compliquée. *Annales de géographie*. 115-134.

Brennetot, A. 2004 : Justice spatiale. *Hypergeo.eu* [En ligne], daté de 2004. www.hypergeo.eu/spip.php?article535. (Consulté le 21 mars 2014).

Boichot, C. 2012 : *Centralités et territorialités artistiques dans la structuration des espaces urbains. Le cas de Paris et Berlin*. Université Paris – Panthéon – Sorbonne.

Caune, J. 2005 : La politique culturelle initiée par Malraux. *EspacesTemps.net* [En ligne], datée du 13.04.2005. www.espacestemp.net/articles/la-politique-culturelle-initiee-par-malraux/. (Consulté le 28 mars 2014).

Certu, 2003 : *Centralités dans la ville en mutation – Quelles perspectives d'action pour les pouvoirs publics ?* Ministère de l'Équipement des Transports, du Logement, du Tourisme et de la Mer.

Conseil Général 2014 : Page de Nantes - Portail des départements. *Conseil-general.com* [En ligne], datée de 2014. www.conseil-general.com/mairie/mairie-nantes-44000.htm. (Consulté le 23 février 2014).

Costes, L. 2010 : Le Droit à la ville de Henri Lefebvre : quel héritage politique et scientifique ?. *Espaces et sociétés* 140-141. 177-191.

Dejean, F. 2013 : La « justice spatiale » : revue des savoir francophones et anglophones. *Critiques internationale* 61. 171-183.

Djament-Tran, G. et Guinard, P. 2013 : *L'art en ville*. Présentation du séminaire : politiques culturelles et enjeux urbains.

Gervais-Lambony, P. et Dufaux F. 2009 : Justice... spatiale !. *Annales de géographie* 665-666. 3-15.

Greffe, X. et Pflieger, S. 2009 : *La politique culturelle en France*. Paris : La documentation française.

Lafabrique.nantes. s.d. : Projet culturel [En ligne]. www.lafabrique.nantes.fr/Laboratoire-s-Artistique-s/Projet-Culturel (Consulté le 14 mai 2014).

Lavenseau, D., Firlej, A., Hosdez, N. et Macquet, P. 2012 : Le Louvre à Lens : un défi culturel, sociétal, économique et urbain. *Insee.fr* [En ligne], daté de septembre 2012. www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=19089. (Consulté le 28 mars 2014).

Lebaron, F. 2014 : Justice spatiale et justice sociale. *Rol.justicesociale.fr* [En ligne], daté du 31 mars 2014. <http://rol.justicesociale.org/fr/justice-spatiale-et-justice-sociale/>. (Consulté le 14 mai 2014).

Louvre. s.d. : Le Louvre-Lens, Tous à Lens ! [En ligne]. www.louvre.fr/le-louvre-lens (Consulté le 21 mars 2014).

Merlin, P., et **Choay, F.** 2010 : *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*. PUF.

MK2. s.d. : Salles [En ligne]. www.mk2.com/salles (Consulté le 21 mars 2014).

Nantes-développement. 2014 : Agence de développement économique de Nantes Métropole - Panorama économique – L'économie nantaise en chiffres. *Nantes-developpement.com* [En ligne], daté du 23.10.12. www.nantes-developpement.com/economie/panorama/leconomie-nantaise-en-chiffres. (Consulté le 23.02.14)

Nantes. 2014 : Site officiel de la ville de Nantes - Page de la culture [En ligne]. Daté de 2014. www.nantes.fr/home/ville-de-nantes/culture.html (Consulté le 23 février 2014).

Porter, M. 1998 : *Clusters and the New Economics of Competition*. Harvard Business Review.

Programme électoral de Johanna Rolland. 2014 : Mon projet pour Nantes. *Johannarolland.fr* [En ligne], daté de 2014. <http://johannarolland.fr/nantesadelavenir/wp-content/uploads/2014/02/JR-Programme-24p-190x270-030214-BAT3.pdf>. (Consulté le 17 avril 2014).

Programme électoral de Laurence Garnier. 2014 : Notre programme. *Garnier-nantes.fr* [En ligne], daté de 2014. www.garnier-nantes.fr/notre-programme/. (Consulté le 17 avril 2014).

Programme électoral de Pascale Chiron. 2014 : Programme écologiste et citoyen pour Nantes. *Pascalechiron2014.fr* [En ligne], daté de 2014. www.pascalechiron2014.fr/wp-content/uploads/2014/03/programmePC2014VF.pdf. (Consulté le 17 avril 2014).

Quivy R. et **Van Campenhoudt L.** 2013 : *Manuel de recherche en sciences sociales*, Dunod, Paris.

Sagot-Duvauroux, D. et **Wright, S.** 2001 : Valeur de l'art. Quel espace en dehors du marché et des institutions ?. *Mouvements* 17. 5-7.

Sagot-Duvauroux, D. 2010 : La scène artistique nantaise, levier de son développement économique. *Nantes la Belle Eveillée, le pari de la culture*. 95-107.

Soja, E. 2010 : La ville et la justice spatiale. In Bret, B., Gervaiy-Lambony, P., Hancock, C. et Landy, F. éditeurs, *Justice et injustices spatiales*. Paris : Presses universitaires de Paris Ouest, 57-72.

Tabarly, S., et **Doceul, M.-C.** 2003 : Centre. *Géoconfluences*. 1.

LES ENJEUX D'UNE PROMOTION TERRITORIALE AXÉE SUR LA CULTURE : LE CAS DU VOYAGE A NANTES

Gianfranco Cutruzzola et Estelle Paratte

*« Connaissez-vous une autre destination qui dans un rayon d'un kilomètre réunit un Grand Éléphant de 12 mètres de haut pour une promenade en bord de Loire, un Château du 15^e siècle dont le musée d'histoire convoque passé, présent et futur dans une scénographie contemporaine, ou encore un parcours artistique signé des plus grands artistes d'aujourd'hui ? »
(www.levoyageanantes.fr)*

1. INTRODUCTION

Ambrosio et Guillon (2013) soulignent que la culture⁷ représente un potentiel qui favorise le développement social, économique et urbain apte à fonder l'avantage concurrentiel des territoires dans une réalité toujours plus mondialisée. À Nantes, comme dans d'autres villes ayant traversé une désindustrialisation, ces mêmes auteurs arguent que la culture est devenue un sésame qui fonde le socle vertueux du développement des régions. (AMBROSIO et GUILLON 2013 : 1). C'est ainsi qu'à Nantes, l'économie culturelle et créative occupe désormais une place centrale dans la politique de renouveau initiée par la mairie de Jean-Marc Ayrault à partir de 1989. Cette évolution dans l'approche du territoire avait pour objectif de redorer l'image de la ville et de développer le tourisme. Cet argumentaire est également étayé, bien qu'il ne s'intéresse pas directement au cas nantais, par Croutsche qui décrit une évolution d'un tourisme de loisirs et de détente à un tourisme « *plus intellectuel dans lequel la culture prend une place de plus en plus importante.* » (2005 : 15).

Dans un contexte ainsi renouvelé, la ville de Nantes est représentative de ce phénomène de revitalisation, ainsi que de ce type particulier de politique de développement urbain. En effet, les processus de réhabilitation du site des anciens chantiers navals qui se déroulent dès les années nonante marquent le début de la transformation du territoire urbain. Ils visent principalement à promouvoir l'activité d'associations et de structures culturelles et créatives. Avec l'objectif de revivifier la ville ainsi que son dynamisme, les autorités nantaises cherchent également à lui rendre la place qu'elle occupait dans le paysage urbain, alors qu'elle était un important centre industriel axé sur la mer et le port de Saint-Nazaire (DEVISME 2009).

⁷ Bien que les auteurs n'aient pas précisément défini leur utilisation du concept de culture, nous l'entendons pour ce travail selon une définition donnée par Lévy et Lussault (2003, 217) et qui dit que la culture est « *un rapport au monde commun aux membres d'une communauté [mais qui rassemble aussi] les productions esthétiques d'une société.* »

Les autorités nantaises ont fortement investi⁸ dans la culture afin de « *donner une image dynamique du territoire et satisfaire les attentes des populations* » (SAGOT-DUVAUROUX 2010 : 1). Un ensemble d'activités comme les Allumées et par la suite les Machines de l'Île devaient ainsi participer à la fabrication de la nouvelle image culturelle et dynamique de la ville, et favoriser, par là-même, le développement d'une activité touristique significative.

Bramwell et Rawding soulignent l'importance de l'image dans un processus de redynamisation territoriale : « *Image initiatives are now a central element of the urban regeneration work of many old industrial cities (Bianchini, 1993; Boyle and Hughes 1991). The potential benefits from tourism for these cities include a boost to the economy, enhancement to cultural and other tourism facilities, which are also used by residents, and improvements to city image, both directly by tourism promotion and indirectly by the city being seen as attractive to tourists.* » (BRAMWELL and RAWDING 1996 : 202-203). La question de l'image de la ville de Nantes représente ainsi un enjeu central afin qu'elle puisse acquérir une position plus attractive, tant en France qu'à l'international.

Il s'agira dans ce travail de comprendre en quoi le Voyage à Nantes, l'outil de promotion touristique de la ville, contribue à la création de cette image attractive au moyen de la promotion d'une offre culturelle. Nous chercherons aussi à comprendre ce que cela implique pour les acteurs culturels de la ville et pour l'offre culturelle en tant que telle. L'utilisation d'un concept théorique comme le marketing territorial nous permettra d'approfondir notre analyse afin de mettre au jour les stratégies d'image et de valorisation du territoire utilisées par la ville de Nantes dans le but de réussir son tournant culturel et créatif.

1.1 Le marketing territorial : un processus de valorisation de l'espace

Le marketing territorial est utilisé pour mettre en valeur les avantages comparatifs d'un espace afin de générer une prospérité économique. Il s'agit d'un concept spécifique du marketing, puisqu'il est orienté vers les besoins de la population et vers la prospérité économique de la ville, sans buts lucratifs à court terme (PROULX et TREMBLAY 2006). Dans cette recherche de prospérité, les lieux doivent être développés avec pour objectif de chercher à diffuser une image cohérente leur permettant de se démarquer : « *In their competition for customers [places] should build images around their unique benefits in order to give them a competitive advantage* » (BRAMWELL and RAWDING 1996 : 204).

Nous pensons, dans le cas de Nantes, que le développement de l'image territoriale passe tout d'abord par la revalorisation des patrimoines tels que certains monuments (Château des Ducs de Bretagne), les musées (musée des Beaux-Arts), les friches de l'industrie maritime et manufacturière (le Lieu Unique, l'Île de Nantes). D'après Meyronin, le processus passe également par l'implantation de « *la création contemporaine, sous toute ses formes (festivals et spectacles vivants, architecture et aménagements mobilisant les créateurs les plus pointus, etc.) [qui] a envahi le champ du marketing urbain* » (MEYRONIN 2012 : 175). La capacité à attirer les talents permet en effet d'améliorer l'image d'une ville, comme ce fut le cas avec Royal de Luxe et Jean Blaise à Nantes (MEYRONIN 2012 : 179).

⁸ Dominique Sagot-Duvauroux parle de seize pourcents des dépenses de fonctionnement de la ville, soit environ 50 millions d'Euros en 2008 (2010 : 2).

1.2 Le Voyage à Nantes : une offre touristique “labellisée”

Le Voyage à Nantes s'inscrit selon nous dans cette politique de promotion de la ville de Nantes et de création de son image. Il s'agit d'un parcours estival à travers la ville qui recense les lieux d'intérêt d'une visite touristique à Nantes.

Dirigé par Jean Blaise, Le Voyage à Nantes a vu le jour en 2012 en faisant « *le choix de la culture et du patrimoine comme leviers d'attractivité et de créations d'activités. [II] allie valorisation culturelle et développement touristique.* »⁹ Aux mains des collectivités publiques, la structure « *gère le musée à ciel ouvert Estuaire Nantes/Saint-Nazaire et, par délégation, de service public Nantes.Tourisme, ainsi que le Château des ducs de Bretagne (dirigé par Bertrand Guillet), Les Machines de l'île (dirigées par Pierre Orefice).* [...] »¹⁰

Le Voyage à Nantes offre donc un parcours urbain thématique axé sur et promouvant la culture sous des formes diverses et variées afin « *d'imposer Nantes dans le concert des capitales touristiques européennes et mondiales, de l'affirmer en tant que destination incontournable.* »¹¹ Bramwell et Rawding soulignent, au sujet des politiques de développement territorial, que « *currently there is a proliferation of place images consciously designed to attract tourists, to appeal to inward investors and government officials, and to build self-confidence and pride among residents* » (BRAMWELL and RAWDING 1996 : 1). Ceci se fait, selon les deux auteurs, par le développement d'une marque rattachée au marketing territorial: « *[Branding] involves the frequent use of a specific name, symbol, logo, or design (or a combination of these) in order to identify the place to distinguish it from its competitors in a succinct and easily assimilated way, and to prompt tourists in their decision-making.* » (BRAMWELL and RAWDING 1996 : 204). La marque permet ainsi d'apporter de la cohésion dans l'offre (ibid.). Kapferer définit la marque comme « *un nom connu auquel les publics associent spontanément des valeurs positives, attractives, faites de tangible (les avantages d'y vivre ou travailler) et d'intangible (le style de la ville, son héritage, etc.). [...]* Faire de la ville une marque, c'est donc construire les perceptions auprès des publics stratégiques qui en feront une destination attractive.» (KAPFERER 2007 in MEYRONIN 2012). La marque est un levier important dans la construction de l'image d'une ville car « *elle [la marque] est une machine à produire des symboles, un imaginaire, qui s'adressent aussi bien à la population locale qu'extérieure.* » (MEYRONIN 2012). La marque permet donc de créer « *un label de qualité et de “communauté” partagé par ceux qui voudront s'y associer et en respecter le mode d'emploi.* » (MEYRONIN 2012, 139)

Dans cette optique, le Voyage à Nantes pourrait être perçu comme une marque – c'est notamment ce que nous chercherons à vérifier dans ce travail – dans la mesure où il s'agit d'une politique adoptée par Nantes afin de se distinguer d'autres villes et de souligner ses attraits. Le “label” Voyage à Nantes servirait ainsi d'ombrelle offrant une cohérence à un ensemble culturel et créatif hétéroclite. Cette organisation s'inscrirait ainsi dans la construction de valeur positive rattachée à la ville en proposant une offre touristique axée sur la culture. Les structures affiliées au Voyage à Nantes formeraient un ensemble se référant à un “code” commun permettant de garantir des prestations culturelles le plus en accord possible avec l'image que la ville veut renvoyer, lui permettant ainsi de se différencier. C'est justement cette différenciation qui permettrait à la ville d'augmenter son attractivité, selon Bramwell et Rawding, car « *places need to project distinctive images in order to enhance their tourism appeal [...]* Tourists seek out differences when they travel, directing their

⁹ www.levoyageanantes.fr, consulté le 10 mars 2014

¹⁰ *ibid.*

¹¹ Article de Nantes Métropole sur le Voyage à Nantes, www.nantesmetropole.fr, consulté le 25.03.2014

attention to features of culture, heritage and landscape which separate them off from their own everyday experience. » (BRAMWELL and RAWDING 1996 : 203-204)

2. QUESTION DE DEPART ET OBJECTIFS

Ainsi, nous supposons que Le Voyage à Nantes permet à la ville de conserver, voire d'améliorer son attractivité par le biais d'une image unifiée qui répond à certains critères de qualité en matière d'offre culturelle. En ce sens, et pour chercher à comprendre les logiques sous-jacentes de cette stratégie de promotion du territoire, nous nous posons les questions suivantes.

Dans quelle mesure Le Voyage à Nantes est-il perçu comme contribuant à la valorisation culturelle et au développement touristique de la ville ?

Q₁ : Dans quelle mesure le Voyage à Nantes peut-il être compris comme une marque territoriale ?

O₁ : Nous avons vu dans la partie théorique qu'une marque territoriale se définit selon plusieurs éléments symboliques visant à développer une image simple, unifiée et cohérente d'un territoire. Dans cette première question, nous chercherons à comprendre si ces éléments sont réunis pour le Voyage à Nantes et permettent donc de parler de marque territoriale, ou de label, même si cette terminologie ne fait pas partie du discours officiel de la ville.

Q₂ : Comment la culture promue par le Voyage à Nantes s'inscrit-elle dans le paysage culturel nantais ?

O₂ : La culture peut être définie et interprétée en fonction d'une grande variété de paramètres. L'objectif de cette deuxième sous-question de recherche est de comprendre comment le Voyage à Nantes définit la culture dont il fait la promotion, et, par là-même, de comprendre comment cette définition s'insère dans la culture telle qu'elle est vécue dans la ville de Nantes. L'objectif ici sera également de discuter du lien, parfois considéré comme problématique, qui est tracé entre la culture et une politique de promotion touristique.

Q₃ : En quoi une affiliation au Voyage à Nantes est-elle un atout pour les associations culturelles ?

O₃ : L'objectif de cette sous-question est de comprendre quelles sont les tensions liées à une affiliation ou une non-affiliation à la structure du Voyage à Nantes. Nous chercherons à répondre à cette question en prenant en compte le point de vue du Voyage à Nantes, mais aussi de deux entités affiliées et trois qui n'y sont pas intégrées, afin d'avoir une vue contrastée de la question.

3. METHODOLOGIE

Afin de répondre à notre question de départ ainsi qu'à nos sous-questions, nous avons choisi d'aborder le terrain au moyen d'entretiens semi-directifs, puisque que cette méthodologie permet d'entrevoir les dynamiques et les tensions liées à la mise en place d'une politique de développement territoriale. Le récit de nos interlocuteurs, qui peuvent être considérés comme des experts, soit du milieu culturel, soit du milieu touristique, nous ont permis ainsi d'aborder

nos trois sous-questions sous l'angle des représentations qu'ils se font du territoire nantais et de la politique culturelle engagée par la municipalité.

Nous avons donc opté pour trois types d'entretiens, qui sont également soutenus par trois grilles de questions similaires, mais adaptées au contexte spécifique des enquêtes.

Premièrement, nous sommes allés à la rencontre d'Aurélié Péneau, qui est la directrice de la promotion touristique au Voyage à Nantes. Cette première entrevue nous a permis d'obtenir et de cibler le discours institutionnel lié à la politique soutenue par la ville de Nantes. Elle devait également nous montrer comment le Voyage à Nantes définit la culture dont il fait la promotion et comment il lie cette dernière au développement de l'attractivité de la ville et de son secteur touristique.

Dans un deuxième temps, nous nous sommes intéressés à deux entités culturelles affiliées au Voyage à Nantes : le Lieu Unique¹² et le musée d'histoire¹³. Nous avons donc rencontré Christelle Masure, secrétaire générale du Lieu Unique, ainsi que Krystel Gualdé et Laurence d'Haene, respectivement attachée de conservation et responsable du service des publics au Château des Ducs de Bretagne. Ces entretiens ont eu pour but de nous permettre de comprendre comment sont organisées les relations entre le Voyage à Nantes et ces deux acteurs culturels d'importance, mais également comment leur définition de la culture en lien avec le tourisme s'accorde avec celle du Voyage à Nantes.

Finalement, nous sommes allés à la rencontre de trois associations qui ne font pas partie du Voyage à Nantes, dans le but de comprendre l'influence que cette structure a sur leur activité et la manière dont ils perçoivent la politique de développement touristique et territorial au moyen de la culture. Nous avons pour cela rencontré Marie-Laure Vialle et Jacques Rivet, fondateurs de l'association Entre-Deux. Il s'agit d'une association qui vise à « *favoriser la production, la diffusion et la réception de projets d'œuvres d'art public* » (www.entre-deux.org) et qui « *n'hésite pas à revisiter les notions d'espace public, de spectateur, de contemporain, d'esthétique,...* » (www.entre-deux.org). Nous avons également interrogé Léa Cotart-Blanco, la coordinatrice de la galerie d'art contemporain RDV. Il s'agit d'une galerie d'art décrite par son fondateur Jean-François Courtilat comme « *un lieu non pas commercial mais un espace expérimental pour les différents acteurs de la scène des arts plastiques. Un lieu pour accueillir le public, l'informer et lui montrer la richesse et le dynamisme de l'art contemporain* » (www.galerierdv.com). Finalement, nous nous sommes entretenus avec Denis Tallédec, le directeur national du collectif Culture Bar-Bars qui a pour but de soutenir les cafés de petite envergure en leur assurant une législation adaptée à leur envergure, ce qui leur permettra de continuer à tenir leur rôle d' « *acteurs sociaux, culturels et économiques* » (bar-bars.com) dans le tissu urbain.

Nous avons choisi, pour la prise de contacts, de procéder soit par e-mails, soit par appels téléphoniques. Si cette méthode s'est avérée fructueuse, nous avons cependant obtenu un entretien avec Denis Tallédec directement à Nantes.

Nous avons finalement pu bénéficier d'une visite guidée du Lieu Unique qui nous a permis de comprendre comment une offre culturelle hétéroclite peut-être intégrée, au moyen de diverses collaborations, à un processus visant à promouvoir une image territoriale cohérente.

¹² Il est labellisé "scène nationale" et représente une destination culturelle majeure de la ville.

¹³ Il est localisé au sein du Château des Ducs de Bretagne.

4. ANALYSE

Au travers de nos entretiens, nous avons pu rassembler des éléments qui nous permettent de répondre à notre question de départ, ainsi qu'à nos sous-questions. Dans un premier temps, nous nous intéresserons aux aspects qui pourraient rattacher le Voyage à Nantes à une stratégie de marque. Dans un deuxième temps, nous aborderons la question de la place de la culture du Voyage à Nantes dans la sphère culturelle nantaise. Finalement, nous nous concentrerons sur les avantages et les inconvénients liés à l'existence d'une structure telle que le Voyage à Nantes.

4.1 Dans quelle mesure le Voyage à Nantes peut-il être compris comme une marque territoriale ?

Pour répondre à notre première sous-question, nous nous baserons essentiellement sur les propos recueillis lors de notre rencontre avec Aurélie Péneau, qui est directrice de la promotion touristique au Voyage à Nantes. Cela nous permettra de comprendre quels aspects de la politique adoptée par le Voyage à Nantes peuvent être corrélés avec des stratégies de marque territoriale. Nous mettrons ensuite en évidence les points de vue avancés par les acteurs liés à la structure, ainsi que de ceux qui y sont étrangers.

4.1.1 Une marque promue par d'autres

Aurélie Péneau définit la mission de la structure en arguant qu'elle n'est pas uniquement une réunion de moyens existants, qui agit uniquement comme une mise en cohérence de l'ensemble de l'offre culturelle nantaise. Selon elle, il s'agit plutôt d'une véritable ambition de la part de la ville de Nantes de renforcer les moyens accordés à la politique de promotion axée sur la culture. Il s'agit ainsi d'une nouvelle stratégie qui se met en place, toujours dans la continuité de ce qui avait été initié en 1989 par Jean Blaise, alors que la municipalité de Jean-Marc Ayrault accédait au pouvoir.

Il s'agit d'une stratégie touristique de conquête qui, plutôt que d'accorder d'importants moyens à des campagnes de communication et de marketing très coûteuses, préfère placer l'événementiel au centre de son activité. La stratégie de communication est ainsi axée sur deux vecteurs partiellement indirects, la presse et les médias dans un premier temps, puis les réseaux sociaux et la communication virale. Aurélie Péneau parle d'ailleurs de l'originalité de cette stratégie :

« Je crois qu'on a une originalité dans cette politique de développement touristique qui est de passer par l'événementiel pour communiquer, pour se faire valoir. On se dit que plutôt que d'acheter des campagnes de pub à la télé, pour dire quoi finalement ? Et bien il vaut mieux créer une offre, intéresser le public et du coup faire en sorte que la presse s'y intéresse, ait des choses à raconter. Donc on fait d'une pierre deux coups. A la fin on enrichit notre offre et on donne aux visiteurs de bonnes raisons de venir. Et puis on intéresse évidemment les médias qui trouvent ici des expériences intéressantes, des expositions, enfin, des choses à dire quoi. C'est une ville qui a des choses à dire. » (Aurélie Péneau, Directrice du développement touristique, le Voyage à Nantes)

Le Voyage à Nantes s'incarne dès lors en premier lieu comme un événement estival d'importance qui vise à créer une "haute saison" touristique en intégrant l'ensemble des acteurs culturels d'intérêt national et international qui acceptent de se plier aux règles de la nouvelle structure. Elles consistent notamment en la réorganisation de l'offre qui est proposée aux publics, qui doit désormais être également centrée sur ce point d'orgue estival. Sont

également intégrées les structures qui avaient déjà un projet touristique avant la mise en place de cette nouvelle politique et bon nombre de celles qui sont subventionnées par la collectivité. Il est en effet important de souligner que l'objectif du Voyage à Nantes réside bien, en première instance, au sein de la promotion des ensembles culturels qui sont déjà dans le giron de la municipalité.

Nous comprenons donc que les choix stratégiques du Voyage à Nantes sont opérés et pondérés dans l'idée de faire parler de la ville, mais plus généralement de l'agglomération, à l'échelle la plus large possible. Cela passe par le développement d'une offre cohérente qui doit être lisible par le plus grand nombre, mais qui doit surtout intéresser par des vecteurs indirects de communication que sont les médias traditionnels et de nouvelle génération. Pour ce faire, seuls certains acteurs, de portée nationale et internationale, sont intégrés à ce processus de promotion territoriale.

4.1.2 Un "monument dispersé"

Le Voyage à Nantes est dès lors imaginé comme un "monument dispersé" qui offre au public la possibilité de découvrir les richesses culturelles de la ville de Nantes au travers d'un ensemble solidaire, bien que parfois hétérogène dans son offre. Nous pouvons déduire de cette stratégie particulière que le Voyage à Nantes agit bien, au moins indirectement, comme une marque territoriale qui a pour objectif d'apporter une lisibilité et une identité forte à la place culturelle ; et par extension à l'ensemble du territoire.

La métaphore du monument dispersé met également en lumière le travail de fond auquel s'attèle la structure du Voyage à Nantes tout au long de l'année. Cette dernière cherche en effet à créer une unité, une clé de lecture simplifiée qui permettra au public, le plus hétérogène possible, d'où qu'il vienne, de comprendre ce qu'est l'identité culturelle nantaise. Mais cette image¹⁴ permet également à la collectivité de dépasser le cadre culturel. Nantes, au travers de sa politique, se définit en effet désormais comme une ville créative et utilise ses artistes pour devenir attractive tant auprès de groupes comme les étudiants qu'auprès des entreprises. Pour Aurélie Péneau :

« C'est la créativité à tous les niveaux, et pour tout le monde, dans les écoles, chez les gens, dans les commerces, partout... C'est ce qui définit aujourd'hui le mieux Nantes. Je crois qu'en fait notre positionnement global, plus que la culture, c'est vraiment la créativité. C'est aussi les industries créatives. » (Ibid.)

Le "monument dispersé" nous permet de souligner que la densification progressive de l'offre culturelle sur le territoire fini par créer l'image d'une ville riche, créative et active ; et qui pourra ainsi se définir comme attractive et digne d'intérêt sur des plans bien plus variés que la seule identité culturelle.

4.1.3 La ligne urbaine : un guide controversé

Bramwell et Rawding (1996) soutiennent, comme nous l'avons vu dans la partie théorique de ce travail, qu'une marque territoriale se fonde sur un nom spécifique, un logo et une identité particulière. Ces éléments semblent être tous trois présents au travers du travail effectué par le Voyage à Nantes. Un dernier élément est constitutif d'une marque territoriale, un symbole qui permette à l'offre d'être cohérente et de s'incarner aux yeux du public.

¹⁴ Aurélie Pénaud ne parle pas directement du Voyage à Nantes comme d'une marque territoriale.

Dans le cas nantais, nous pensons que cet élément symbolique, ce guide, peut être incarné par la ligne urbaine.¹⁵ puisqu'elle conduit les passants d'un élément culturel à l'autre, leur faisant ainsi découvrir les richesses du territoire. Aurélie Péneau la définit comme suit :

« Le public est amené à partir au long de la ligne verte, qui est aussi le parcours officiel tracé au sol, pour partir à la découverte des très grands éléments du patrimoine, des grandes expositions, des grandes institutions culturelles. » (Ibid.)

Cependant, ce même élément est central dans le débat qui s'anime entre les associations qui sont membres du Voyage à Nantes et celles qui n'y sont pas. En effet, si la ligne représente, comme le souligne Aurélie Péneau, *« le meilleur utilitaire pour les visiteurs »* (Ibid.), elle ne peut cependant pas répondre à l'ensemble des intérêts des commerces et associations culturelles de la ville. Cette dernière ne peut en effet pas couvrir l'ensemble du territoire et le Voyage à Nantes se doit de faire la promotion d'une offre qui n'est pas officiellement labellisée, mais qui veut tout de même offrir, selon Aurélie Péneau, une garantie de qualité sur toute la chaîne de prestations touristiques. C'est ainsi que le choix des prestataires associés à la politique de promotion culturelle et touristique de la ville est justifié, et, par conséquent, que la ligne voit son parcours affiné d'année en année. Et ce, en prenant soin de *« revenir toujours dans l'intérêt du visiteur. »* (Ibid.) La ligne urbaine est ainsi symbolique de l'image que le Voyage à Nantes cherche à donner de la ville dans le but de faire sa promotion. Elle est la concrétisation matérielle de la politique de promotion territoriale qui se présente au visiteur dès le premier abord. En ce sens, nous pensons que la ligne urbaine représente le premier vecteur de l'identité culturelle que la municipalité souhaite développer.

4.1.4 *Le Voyage à Nantes comme une marque territoriale : des points de vue nuancés*

La structure doit ainsi intégrer les acteurs culturels les plus influents dans le but de créer une image homogène de la ville. L'association Entre-Deux, par exemple, a une approche différente de la culture, qui ne correspond pas directement aux objectifs que la municipalité a fixés au Voyage à Nantes. Les représentants de l'association Entre-Deux regrettent en effet que la structure de promotion se contente de créer la surprise pour attirer les visiteurs, sans chercher à créer un débat sociétal de fond. L'approche qu'ils ont du visiteur et de son rôle est fondamentalement différente :

« Comment faire en sorte de produire un public qui est aussi acteur ? Pour ça, on ne peut pas se contenter de produire des œuvres qui produisent de l'étonnement. Il faut des œuvres qui questionnent et qui soient critiques. » (Marie-Laure Vialle, association Entre-Deux)

Léa Cotart-Blanco, coordinatrice de la galerie RDV expose, elle aussi, un point de vue qui se démarque de la politique officielle de la ville, sans pour autant s'y opposer. Elle défend en effet que l'identité artistique et culturelle nantaise ne se résume pas au Voyage à Nantes. Pour elle, la question du label ou de la marque pose donc problème, car elle sous-entend qu'on estampille quelques rues.¹⁶ et non pas un territoire. Plus que la représentation de la richesse culturelle locale, cette pratique s'apparente donc à une valorisation sélective de ce que l'on souhaite mettre en lumière. Léa Cotart-Blanco n'y est cependant pas totalement opposée, puisqu'elle soutient également que le Voyage à Nantes génère un cercle vertueux d'offre et de demande en générant l'image d'une ville culturelle et attractive qui dépasse le seul cercle du monde de la culture.

¹⁵ Qui est verte depuis que Nantes a été élue Capitale verte européenne en 2013.

¹⁶ Au travers de la ligne urbaine.

D'une manière générale, il semble donc possible d'assimiler le Voyage à Nantes à une marque territoriale, puisque les pratiques et les représentations qui y sont liées se rapprochent des points théoriques explicités par Bramwell et Rawding (1996). Du point de vue des acteurs de la scène culturelle, cette position est cependant à approfondir dans la mesure où, selon certains acteurs, l'image du territoire qui se dégage de cette politique met en avant une vision partielle de la richesse de l'offre nantaise. C'est pourquoi nous allons maintenant tenter de discuter des enjeux qui sont liés à cet effort de définition de la culture et qui engendrent un vif débat entre les différents acteurs.

4.2 Comment la culture promue par le Voyage à Nantes s'inscrit-elle dans le paysage culturel nantais ?

Le Voyage à Nantes propose une offre culturelle très variée afin de promouvoir la ville. Comme nous l'avons vu précédemment, le marketing territorial consiste notamment en la mise en valeur des particularités de la ville, et donc, dans ce cas précis, d'une offre culturelle propre à la ville. Afin de façonner la meilleure image possible, le Voyage à Nantes opère des sélections concernant ce qu'elle met en avant de la culture nantaise. Nous allons ici tenter de comprendre ce que cela implique.

4.2.1 Voyage à Nantes : la promotion d'une culture partielle ?

Comme la littérature au sujet de la promotion culturelle l'expose, nous constatons que la culture représente pour tous les acteurs interrogés un élément important de la redynamisation de la ville de Nantes suite à la désindustrialisation :

« Les installations fermaient les unes après les autres et tout de suite Jean-Marc Ayrault s'est dit : "il faut qu'on passe dans une économie de services et puis il faut redonner du collectif, redonner de la confiance en soi aux Nantais, leur redonner un cadre de vie." Voilà, la culture a été vraiment placée au centre de son projet, complètement orientée vers les Nantais eux-mêmes. » (Aurélie Péneau, directrice de la promotion touristique du Voyage à Nantes)

La culture a donc permis à la ville de reconstruire son identité après cette phase sensible. Si le projet était premièrement orienté vers le public nantais, Jean-Marc Ayrault et Jean Blaise se sont également attachés à créer une dynamique propre à la ville de Nantes :

« Quand Jean Blaise a installé les Allumées, il n'y avait quasiment rien à Nantes. On sortait du néant en termes d'offre culturelle et artistique. [...] Le pari de Jean-Marc Ayrault, qui était visionnaire, c'était de justement parier sur la culture. » (Denis Tallédec, directeur du Collectif Culture Bar-Bars)

Les projets mis en place ont donc permis à la ville de retrouver un certain dynamisme culturel, mais aussi de mettre sur pied petit à petit une offre touristique uniformisée basée sur la culture, ce à quoi le Voyage à Nantes a contribué depuis 2012. Les avis quant à la culture qui est promue par celui-ci sont cependant mitigés. Dans un premier temps, les structures qui font partie du Voyage à Nantes insistent sur la liberté donnée dans la programmation et donc à une certaine diversité. Christelle Masure insiste notamment sur le fait que les structures programment leur offre comme elles le souhaitent, sans à avoir à se conformer à une unité dictée par le Voyage à Nantes :

« On est tout à fait indépendants dans la programmation, comme les autres structures. Le Voyage à Nantes ne nous permet pas d'avoir des projets plus ambitieux et n'est pas une contrainte pour nous quand on va proposer une exposition d'Ikeda cet été [qui fait un travail] assez pointu. On pourrait se dire que [l'été n'est] peut-être pas le moment de faire un travail comme ça

[vu que ce n'est] *pas grand public.*» (Christelle Masure, secrétaire générale du Lieu Unique)

L'offre des structures – comme ici le travail de Ryoko Ikeda – n'est donc pas forcément adaptée à un public plus large pendant le festival du Voyage à Nantes. Celles-ci ont un choix complètement libre dans leur programmation, ce qui est confirmé par Krystel Gualdé qui affirme également que leur « *offre durant l'événement ne change pas de l'offre annuelle* ». Aurélie Péneau confirme également cette liberté, qui permet ainsi de préserver la diversité de l'offre, qui est construite à partir de l'existant et de la culture Nantaise :

« Non, parce que comme je vous le disais on respecte vraiment chaque acteur culturel. C'est à dire que chaque directeur de structure est vraiment maître de sa programmation, sa proposition,... Ce n'est pas Jean Blaise qui va dire quoi faire à l'opéra ou au musée des beaux-arts, non. On ne fabrique pas quelque chose artificiellement qui soit juste vendable à l'extérieur. [...] On part de l'existant, de l'histoire de Nantes, des acteurs nantais, on ne vient pas plaquer ici un événement hors sol. » (Aurélie Péneau, directrice de la promotion touristique pour le Voyage à Nantes)

Il est intéressant de constater que le Voyage à Nantes ne semble pas interférer dans les choix de programmation faits par les structures qui y sont affiliées. On cherche donc à préserver une certaine diversité de la culture, basée sur le patrimoine et ce qui est déjà existant. Le Voyage à Nantes doit cependant opérer des choix concernant ce qu'il promeut, afin de « *[s'assurer] de la cohérence de la proposition globale* » (Ibid.). La structure choisit donc les acteurs avec lesquels elle collabore, tout en se défendant qu'elle le fait pour la lisibilité globale de l'identité culturelle nantaise. Cet argument suggère cependant des tensions qui semblent inhérentes à de telles pratiques. Il semble en effet légitime de se demander dans quelle mesure la sélection des acteurs qui sont considérés comme représentatifs de la place culturelle de la ville oriente et limite l'offre culturelle. De ce processus de sélection naissent d'ailleurs des reproches faits par les structures hors du Voyage à Nantes, notamment le fait d'occulter certains pans de la culture. L'offre proposée par le Voyage à Nantes, bien que diverse, n'est pas une offre suffisamment exhaustive, selon Léa Cotart-Blanco :

« Après c'est toujours la question des choix qui sont opérés, et en tout cas moi, ça ne répond pas à mes choix personnels, par exemple de curiosité. [...] Pour moi, l'identité artistique et culturelle de Nantes ne se résume pas au Voyage à Nantes. » (Léa Cotart-Blanco, coordinatrice de la galerie RDV)

La culture promue présente donc certaines failles ; elle n'est pas entièrement représentative de l'étendue de la culture nantaise. Jacques Rivet et Anne-Marie Vialle reprochent également à la culture proposée par le Voyage à Nantes de ne pas être suffisamment critique. En effet, ces deux acteurs de la culture nantaise défendent des activités culturelles qui posent de véritables questions de société, ce qui n'est donc pas le cas du Voyage à Nantes selon eux :

« Mais je pense que les objectifs ne sont pas les mêmes finalement puisque nous avons plus un regard critique sur ce qu'est la ville [...] qui est peut-être pas celui du voyage à Nantes, qui dans son complexe a aussi l'office du tourisme, donc cette volonté d'attirer aussi au niveau d'une économie touristique des personnes dans la ville de Nantes. » (Marie-Laure Vialle, fondatrice de l'Entre-Deux)

Le Voyage à Nantes est donc reconnu comme une structure particulière qui : « *[a] le mérite d'exister* » (Christelle Masure, secrétaire générale du Lieu Unique) car « *s'ils ne faisaient pas [ce travail de promotion de la ville], personne ne ferait ce travail-là.* » (Ibid.) Jacques Rivet mentionne cependant le fait que les fins touristiques du Voyage à Nantes ne permettent pas de proposer absolument tout :

« Mais tant qu'on est sur cette volonté de créer du tourisme on joue aussi sur la surprise et simplement surprendre, du coup on tombe sur des œuvres qui nous satisfont beaucoup moins [au niveau critique]. » (Jacques Rivet, Fondateur de l'Entre-Deux)

L'identité culturelle a donc des fins et des approches différentes selon les discours et le positionnement des acteurs interrogés. Le fait que le Voyage à Nantes soit impliquée dans le tourisme ne lui permet pas, selon l'Entre-Deux mais aussi selon Léa Cotart-Blanco, de présenter un panorama complet et suffisamment poussé de la culture. Le marketing territorial peut ici être perçu comme un outil permettant l'accès à une grande diversité de la culture, quand pour d'autres il est perçu comme un frein à l'épanouissement complet de la scène culturelle. Les critiques portées au Voyage à Nantes notamment concernant le lien entre le tourisme et la culture sont également à nuancer.

4.2.2 Culture et tourisme : et si le débat n'en était plus un ?

Comme nous l'avons vu précédemment, l'association entre culture et tourisme semble être peu fructueuse, car incomplète, pour le développement culturel, si l'on en croit l'Entre-Deux et Léa Cotart-Blanco. Cependant, les organismes interrogés reconnaissent aussi la nécessité d'avoir une offre touristique axée sur la culture :

« Bien sûr que [le Voyage à Nantes] amène du tourisme. C'est cet alliage [entre la culture, les habitants et les visiteurs] qui est intéressant. Et donc pour ramener du tourisme, européen notamment, il faut quand même avoir des locomotives [comme] le spectacle vivant. » (Denis Tallédec, Directeur du Collectif Culture Bar-Bars)

Si le tourisme utilise l'offre culturelle nantaise dans la politique de promotion, celui-ci permet de diffuser la culture à une plus large échelle :

« C'est des postures du monde culturel par rapport toujours à cette question "Mon Dieu, si on travaille avec le tourisme, on va perdre notre identité!". C'est des postures qui sont assez caricaturales. Aujourd'hui, le monde culturel ne peut pas avoir un rayonnement sans le tourisme. » (Laurence d'Haene, Chargée du développement de la politique du Château des Ducs de Bretagne)

Culture et tourisme ont donc besoin l'un de l'autre dans le cas de la ville de Nantes, le tourisme permettant de créer du revenu et la culture de l'intérêt auprès des publics. De plus, la promotion de la ville par le biais de la culture pourrait également créer d'autres revenus grâce à une plus grande attractivité de la ville en général :

« [...] et puis de considérer les visiteurs comme des gens néfastes qui vont venir perturber... Non aujourd'hui on a besoin de cette économie-là. [...] Une ville attractive pour des touristes c'est aussi une ville où on a envie de venir faire un semestre d'études, passer un master, élever sa famille ! [...] Et nous on a aussi envie de voir ça, c'est les effets bénéfiques de cette stratégie au niveau global. Ce qu'on fait nous pour attirer des touristes, puisque c'est notre rôle et notre mission, ben finalement ça apporte aussi un investissement économique parce que ça génère une image globale très positive en dehors de nos frontières. [...] [Les autres entités de la ville] ressentent très clairement les bénéfices de l'exposition qu'a Nantes, avec le Voyage à Nantes parce que c'est l'image d'une ville créative, innovante, vivante et que ça correspond aussi aux attentes des organisateurs d'événements qui veulent se démarquer. [...] Donc voilà, il y a plein d'effets d'entraînement positifs. » (Aurélié Péneau, directrice de la promotion touristique pour le Voyage à Nantes)

Le tourisme culturel semble donc créer un cercle vertueux, attirant de nouveaux revenus au sein de la ville grâce au développement de sa notoriété et de son attractivité. D'après Aurélie Péneau, les bénéfices de l'image ainsi véhiculée ne semblent donc pas se limiter aux sphères touristiques mais s'étendent également à d'autres secteurs économiques. Les stratégies de marketing territorial mises en œuvre par le Voyage à Nantes ont un effet transversal à plusieurs domaines du territoire.

Si les actions menées par le Voyage à Nantes, dans le but de repositionner la ville sur une carte à plus large échelle, semble porter ses fruits pour l'ensemble de la place économique, il est important de souligner que cette structure est tout de même jeune. Nous pensons qu'il n'est ainsi pas encore possible d'affirmer avec certitude que les effets qui lui sont attribués proviennent de cette politique uniquement. C'est pourquoi nous estimons qu'il est nécessaire de nous intéresser aux atouts dont les acteurs culturels qui font partie du Voyage à Nantes bénéficient, mais également aux inconvénients qui pourraient être générés vis-à-vis des acteurs qui n'en font pas partie.

4.3 En quoi une affiliation au Voyage à Nantes est-elle un atout pour les associations culturelles ?

4.3.1 Attractivité de la ville

Le but premier du Voyage à Nantes est de favoriser l'attractivité de la ville, notamment au niveau touristique. L'événement estival organisé par la structure est le moment le plus à même de faire ressentir une augmentation de la fréquentation par les structures, du fait qu'il se déroule sur un laps de temps particulier et qu'il est bien médiatisé, la communication du Voyage à Nantes se basant en grande partie sur l'événementiel. Le but de l'organisation semble atteint, étant donné que le nombre de touristes estivaux a augmenté de 33,7% sur deux ans (« Tout connaître du Voyage à Nantes », Le Parcours, Programme 2014) et le nombre de nuitées estivales a également augmenté de 31,8% en trois ans (Ibid.). Les structures faisant partie du Voyage à Nantes constatent également une augmentation de la fréquentation pendant cet événement. Christelle Masure, du Lieu Unique, mentionne un fort impact de l'événement d'été du Voyage à Nantes, notamment dans le type de publics : « *Il y a un impact énorme. C'est un public qui n'est pas francophone, on voit une différence, oui, bien sûr* ». (Christelle Masure, secrétaire générale du Lieu Unique). L'influence de l'événement ne semble cependant pas être ressentie de façon aussi significative par l'ensemble des acteurs culturels. Krystel Gualdé et Laurence d'Haene laissent penser que les chiffres ne sont pas aussi représentatifs qu'il n'y paraît :

« Pour l'instant c'est plutôt ce que les chiffres disent... Avec ou sans, c'est sûrement mieux avec, mais en tout cas ce n'est pas une révolution. [...] On n'a pas plus de monde durant l'évènement Voyage à Nantes que quand il n'y a pas l'évènement. Par exemple, nos deux expositions temporaires d'été ne sont pas celles où on a eu le plus de monde. » (Krystel Gualdé, chargée de conservation au Château des Ducs de Bretagne)

Celles-ci expliquent que la fréquentation n'augmente pas de façon importantes et ce pour deux raisons. La première est qu'il y a un nombre important de visiteurs tout au long de l'année. Le Château des Ducs de Bretagne est en effet suffisamment attractif pour ne pas avoir un besoin fondamental du Voyage à Nantes. La structure ressent donc moins les fluctuations en été. La seconde raison pourrait aussi être que l'entrée du musée est payante, ce qui peut impliquer que certaines personnes ne visiteront pas les expositions à l'intérieur du château:

« Donc c'est vrai qu'aujourd'hui c'est vrai qu'en fait vous avez une offre qui est pléthorique en été et des gens qui ont tendance, le gros des visiteurs, à ne faire que la partie gratuite de ces événements, ce qui crée d'ailleurs des discussions au niveau de la direction générale de la culture à ce sujet. En disant qu'il y a l'autre partie de l'offre, la payante, qui est défavorisée. » (Laurence d'Haene, responsable du service des publics du Château des Ducs de Bretagne)

Ceci est confirmé par les chiffres que Laurence d'Haene nous a donnés : quand le musée enregistre 180'000 visiteurs sur l'année, ce sont 1,2 millions de personnes qui visitent la cour du château, qui, elle, est libre d'accès. Ces deux facteurs font donc que le Château des Ducs de Bretagne est peu sensible aux fluctuations du nombre de visites, mais ressent par contre lui aussi un changement dans le type de publics.

Les structures en dehors du Voyage à Nantes ne profitent que très peu de l'influence de ce dernier. En effet, la Galerie RDV et l'Entre-Deux ont mentionné le fait qu'ils ne profitent pas de l'afflux que crée le Voyage à Nantes, car ils ne sont pas rendus visibles par cet événement. *« En gros on n'est pas dans les circuits, on est dans une petite rue et surtout, on est pas dans les projets. » (Jacques Rivet, Entre-Deux).* Les structures qui ne sont pas intégrées au Voyage à Nantes ne profitent donc pas du processus de mise en lumière qu'il génère. Cependant, Léa Cotart-Blanco souligne l'importance du Voyage à Nantes dans la création d'une dynamique culturelle dans la ville de Nantes, de par l'attractivité que cette organisation est parvenue à mettre en place :

« Mais tout de même on a eu un parc d'œuvres culturelles accessibles d'une richesse exceptionnelle, d'une qualité et d'une valeur sans pareil. Donc loin de moi l'idée de critiquer ça, au contraire, merci au Voyage à Nantes de pouvoir nous permettre cette dynamique. » (Léa Cotart-Blanco, coordinatrice de la Galerie RDV)

L'image attractive forgée par le Voyage à Nantes semble donc fonctionner relativement bien, même si de grosses structures comme le Château des Ducs de Bretagne ne ressentent pas forcément son impact. Les structures ne faisant pas partie du Voyage à Nantes que nous avons interrogées ne semblent quant à elles pas profiter des retombées touristiques de ce dernier. Les stratégies de marketing utilisées par le Voyage à Nantes afin de promouvoir la ville bénéficient donc à une frange de la sphère culturelle, mais occultent une partie de celle-ci. Ceci nous amène à nous demander comment ces structures, souvent de plus petite envergure que le Lieu Unique ou le Château des Ducs de Bretagne, par exemple, se positionnent par rapport au Voyage à Nantes.

4.3.2 Petites structures en difficulté

Bien que les structures en dehors du Voyage à Nantes soient dans l'ensemble estiment que le Voyage à Nantes apporte des bénéfices à la ville notamment en termes de dynamisme culturel, certains éléments de la stratégie qu'il adopte restent contestés. Premièrement, le rythme imposé par le Voyage à Nantes, notamment par l'évènement estival, est difficilement soutenable pour de plus petites structures. En effet, l'ouverture en été est possible, voire souhaitable, pour des structures telles que le Lieu Unique :

« C'est à dire que le fait d'avoir choisi d'être un lieu de vie, ça nous impose aussi un rythme qui est une ouverture annuelle. Le Lieu est fermé deux jours par an, pas plus. Jamais de fermeture pendant l'été et cela sous-entend qu'on ait une offre culturelle que nous imposent les jours et horaires d'ouverture. » (Christelle Masure, secrétaire générale du Lieu Unique)

Le Lieu Unique, de par son fonctionnement assez particulier, mais aussi à cause du Voyage à Nantes, est contraint de proposer une offre culturelle même à cette période, ce qui n'affecte pas une structure d'aussi grande envergure. La situation est plus difficile pour la Galerie RDV ou les cafés-concerts appartenant au collectif Culture Bar-Bars. Léa Cotart-Blanco mentionne notamment le fait qu'étant la seule employée, la galerie ne peut pas rester ouverte tout l'été :

« Elle crée un moment pendant l'été effectivement, où des structures comme la nôtre (je précise, je suis la seule salariée), je travaille selon la loi du travail et je prends des vacances au mois d'août. Alors on est beaucoup de petites structures comme nous à avoir très peu de salariés, donc c'est vrai que la plupart d'entre nous fermons au mois d'août. » (Léa Cotart-Blanco, coordinatrice de la Galerie RDV)

Léa Cotart-Blanco, ainsi que d'autres, ne peuvent donc pas se plier au rythme exigeant du Voyage à Nantes, et rester ouvert tout au long de l'été. Denis Tallédec mentionne quant à lui le fait que ses adhérents ne peuvent pas rester ouverts tout un été sans garanties que cela leur sera rentable :

« Le Voyage à Nantes nous demandait, alors même qu'habituellement à Nantes c'est plutôt la période de fermeture, l'été, parce que [les gens] partent sur la côte. On nous demandait de laisser les lieux ouverts en creux, qu'ils gardent leur personnel, avec des coûts supérieurs mais aucune intervention de fonds publics dessus. Et de produire du concert, à leurs propres frais, avec la prise de risque de ne pas avoir nécessairement de public. » (Denis Tallédec, directeur du collectif Culture Bar-Bars)

Les cafés-concerts, structures parfois relativement fragiles, ont besoin de garanties financières, que le Voyage à Nantes ne leur fournit pas. En effet, la seule promesse qui est faite par celui-ci est de faire la promotion des structures affiliées.

Les structures de plus petite envergure peinent donc à adopter un rythme similaire à celui demandé par le Voyage à Nantes. Ce dernier impose donc des règles du jeu auxquelles les structures devraient s'adapter afin de s'intégrer dans son système. Il leur est cependant impossible de le faire, par manque de moyens humains et financiers. Le suivi d'un « mode d'emploi » (MEYRONIN 2012, 139) qu'impose une marque territoriale est donc difficilement applicable à tous les cas.

4.3.3 Inégalités budgétaires

Un dernier aspect controversé est celui du budget jugé particulièrement élevé – il se monte à 26,2 millions d'euros¹⁷ pour l'année 2014 – alloué au Voyage à Nantes. Ceci mène à des conflits, étant donné que les structures en dehors du Voyage à Nantes sont souvent dans des situations financières difficiles. Marie-Laure Vialle dit, par exemple, « que toutes les associations sont dans une précarité difficile » notamment parce qu'elles ont « un budget très minime. » (Marie-Laure Vialle, Entre-Deux). Cette différence de financement est difficilement acceptée par les petites structures qui rencontrent différents problèmes liés au manque de moyens. Léa Cotart-Blanco mentionne notamment la fragilité de leur existence :

« Je ne suis pas sûre qu'on soit encore là dans 5 ans. Parce qu'on est aidés par les collectivités et aucune de nos aides n'est supérieure à 8000€ annuels. Voilà. D'ailleurs on pâtit de ça, c'est-à-dire que souvent le public a une image de nous comme un lieu qui a des fonds et énormément de

¹⁷ Ce budget consiste aux deux tiers de fonds versés par les collectivités locales, le dernier tiers provenant de recettes propres (billetterie, recettes commerciales, ...) (« Tout connaître du Voyage à Nantes », Le Parcours, Programme 2014)

moyens, alors qu'on survit surtout.» (Léa Cotart-Blanco, coordinatrice de la Galerie RDV)

Les moyens accordés au Voyage à Nantes sont donc difficiles à accepter du côté des structures qui n'en font pas partie, d'autant plus que celles-ci estiment enrichir elles-aussi l'offre culturelle nantaise :

« On participe aussi au rayonnement de la ville. Donc voilà, il y a quand même ce problème de gradation.» (Léa Cotart-Blanco, coordinatrice de la Galerie RDV)

Christelle Masure souligne cependant le fait que les moyens accordés au Voyage à Nantes ne seraient probablement pas reversés à d'autres structures :

«Ce qui est sûr, c'est que l'argent qui est fléché au Voyage à Nantes ne serait jamais fléché à d'autres structures. Cet argent il est là parce que d'un coup ça mousse, ce n'est pas péjoratif. C'est des gens qui font un travail que personne d'autre ici ne sait faire. » (Christelle Masure, secrétaire générale au Lieu Unique)

Christelle Masure souligne un élément important : c'est donc la spécificité de la structure du Voyage à Nantes, comprenant notamment sa capacité à promouvoir la ville, qui lui permet d'obtenir un tel budget.

Ce chapitre nous permet de comprendre que si le Voyage à Nantes procure plusieurs atouts précieux aux acteurs culturels qui y sont affiliés, comme par exemple un soutien pour l'élaboration de campagnes de communication, le système imaginé par la municipalité engendre tout de même quelques difficultés pour les acteurs de moindre envergure. Ces derniers soulignent malgré tout que si ces difficultés sont liées principalement à des considérations financières, l'effet d'inertie généré par la création d'une image cohérente et attractive du territoire a des retombées positives pour l'ensemble de la place culturelle.

5. CONCLUSION

Dans ce travail, nous nous sommes intéressés à la structure du Voyage à Nantes. Nous avons cherché à comprendre dans quelle mesure elle contribue à la valorisation culturelle et au développement touristique de la ville. Nous avons, pour approfondir notre réflexion, posé trois questions liées à la conceptualisation du Voyage à Nantes comme une marque territoriale, et, par conséquent, aux implications que cette pratique a sur la définition qui est faite de la culture. Nous nous sommes également demandé dans quelle mesure cette politique influe sur l'activité des acteurs culturels qui sont affiliés au Voyage à Nantes, mais également sur l'activité de celles qui n'en font pas partie. Ainsi, plusieurs éléments nous permettent de répondre à notre question principale, qui était la suivante :

Dans quelle mesure Le Voyage à Nantes est-il perçu comme contribuant à la valorisation culturelle et au développement touristique de la ville ?

Comme nous l'avons vu, le Voyage à Nantes assume deux types d'activités distinctes. Tout au long de l'année, il soutient l'activité des acteurs culturels qui y sont affiliés, notamment au travers d'une mutualisation des services de communication, de marketing ou encore des ressources humaines. Mais l'élément central réside dans l'événement estival annuel qui cherche à créer une "haute saison" touristique pour la ville. Il crée ainsi une image attractive pour l'ensemble du territoire et ses acteurs culturels, mais également économiques et institutionnels.

Pour ce faire, le Voyage à Nantes s'attache à présenter une offre culturelle cohérente que les Nantais et les visiteurs peuvent "lire" aisément. Cette cohérence, ainsi que la densité des activités proposées font parler de la ville, principalement au travers des médias et des réseaux sociaux. Ce processus permet progressivement d'offrir un nouveau dynamisme à la ville.

L'offre culturelle ainsi encadrée semble permettre au territoire de se dynamiser, créant ainsi un cercle vertueux pour l'ensemble des acteurs de la place nantaise. La ville est en effet promue, et perçue, comme une collectivité créative et attrayante proposant un vaste champ d'opportunités aux entreprises notamment. Dans le cadre de la culture, les acteurs qui ne font pas partie de la structure du Voyage à Nantes semblent profiter eux aussi de ce nouvel élan, bien que des difficultés, surtout liées aux aspects financiers, les touchent plus particulièrement.

Ces derniers soutiennent également que si le Voyage à Nantes permet de mettre en avant la créativité nantaise, ce n'est cependant qu'une partie de la culture locale qui est mise en lumière. On préfère, selon eux, construire une image qui touche le plus grand nombre, les locaux comme les touristes, en cherchant plus à créer la surprise, un effet d'étonnement plutôt qu'une véritable réflexion critique ou artistique.

Un deuxième ensemble de critiques porte sur le rôle qui est joué par la ligne urbaine. Cette dernière permet en effet de guider le visiteur au fil des richesses historiques et culturelles que la ville a à proposer, mais elle le fait au prix de l'exclusion de nombre d'acteurs dont l'influence n'a pas été reconnue comme d'importance nationale ou internationale.

Nous pensons donc que le Voyage à Nantes, depuis sa création en 2012, contribue de manière significative au rayonnement culturel et touristique de la ville de Nantes. D'un point de vue culturel, il participe à la visibilité des principaux acteurs du territoire et crée, par conséquent, un cercle vertueux qui profite à l'ensemble de la place. Il est cependant important de souligner que la mission de cette structure ne réside pas dans le soutien financier des acteurs culturels, mais bien dans la création d'une image cohérente. D'un point de vue touristique, les chiffres semblent montrer que l'hôtellerie et la restauration profitent pleinement de l'événement estival, notamment au travers d'une augmentation significative des nuitées.

Il serait désormais intéressant de suivre l'évolution de ces actions, et plus précisément des prochaines éditions de l'événement estival, pour comprendre si cette politique produit des effets à long terme et a effectivement un impact durable sur l'image et l'attractivité de la ville de Nantes.

7. BIBLIOGRAPHIE

Ambrosino, C. et **Guillon, V.** 2013 : Les tournants culturels des sociétés urbaines. *Wp-annuaire* [En ligne]. <http://wp-annuaire.upmf-grenoble.fr>. (Consulté le 3 mars 2014).

Bramwell, B. and **Rawding, L.** 1996 : Tourism marketing images of industrial cities. *Annals of Tourism Research* 23, 201-221.

Croutsche, J-J. 2005. Tourisme culturel, nouvel enjeux du tourisme : la Sicile. *Direction et gestion, la revue des sciences de gestion* 214-215, 15-24.

Devisme, L. 2009 : Nantes: petite et grande fabrique urbaine. Marseille: Parenthèses, 22-83.

Le Voyage à Nantes. « Tout connaître du Voyage à Nantes », Le Parcours, Programme 2014.

Proulx M.-U., Trambly D. 2006 : Marketing territorial et positionnement mondial. *Global positioning of the peripheries with territorial marketing*, in *Géographie, économie, société* 8, 239-256.

Sagot-Duvauroux, D. 2010 : La scène artistique nantaise, levier de son développement économique. In De L'attribut éditeur, *Nantes, la Belle Eveillée, le pari de la culture*, 95-107.

7.1 Webographie

Les Machines de l'Île : Page d'accueil des Machines de l'Île [En ligne]. www.lesmachines-nantes.fr.

Le Voyage à Nantes : Page d'accueil du Voyage à Nantes [En ligne]. www.levoyageanantes.fr/fr/.

Nantes Métropole : [En ligne]. www.nantesmetropole.fr/actualite/1-actualite-thematique/le-voyage-a-nantes-tourisme-international-35561.kjsp.

Nantes Tourisme : Page d'accueil du site officiel du Tourisme de Nantes Métropole [En ligne]. www.nantes-tourisme.com.

Ville de Nantes : Page d'accueil du site officiel de la ville de Nantes [En ligne]. www.nantes.fr.