



**HAL**  
open science

## La Cité du Design, un équipement culturel pour relancer le territoire stéphanois ?

Camille Mortelette

### ► To cite this version:

Camille Mortelette. La Cité du Design, un équipement culturel pour relancer le territoire stéphanois ?. Belgeo : Revue Belge de Géographie, 2014, From urban renewal to metropolitan strategies ? Cultural flagship projects in restructuring industrial areas, 2014/1, 10.4000/belgeo.12606 . hal-01418852

**HAL Id: hal-01418852**

**<https://hal.science/hal-01418852>**

Submitted on 17 Dec 2016

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



**Belgeo**

Revue belge de géographie

1 | 2014

**From urban renewal to metropolitan strategies ?  
Cultural flagship projects in restructuring industrial  
areas**

---

## La Cité du Design, un équipement culturel pour relancer le territoire stéphanois ?

*The Cité du Design, a cultural flagship project to revive Saint-Etienne?*

**Camille Mortelette**



**Éditeur**

Société Royale Belge de Géographie

### Édition électronique

URL : <http://belgeo.revues.org/12606>

DOI : 10.4000/belgeo.12606

ISSN : 2294-9135

### Référence électronique

Camille Mortelette, « La Cité du Design, un équipement culturel pour relancer le territoire stéphanois ? », *Belgeo* [En ligne], 1 | 2014, mis en ligne le 15 décembre 2014, consulté le 03 octobre 2016. URL : <http://belgeo.revues.org/12606> ; DOI : 10.4000/belgeo.12606

---

Ce document a été généré automatiquement le 3 octobre 2016.



*Belgeo* est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

---

# La Cité du Design, un équipement culturel pour relancer le territoire stéphanois ?

*The Cité du Design, a cultural flagship project to revive Saint-Etienne?*

Camille Mortelette

---

## Introduction

- 1 Saint-Etienne est un exemple assez représentatif en études urbaines lorsque l'on veut évoquer une ville postindustrielle qui a souffert de l'après-fordisme, au même titre que des villes comme Roubaix ou Glasgow. Fleuron de l'industrie depuis l'Ancien Régime, Saint-Etienne a basé sa puissance économique sur des activités comme la rubanerie et l'armement, puis la métallurgie et l'exploitation minière. Cette industrie a également signé le véritable acte de naissance de la ville à la fin du XVIII<sup>ème</sup> siècle (Béal, Dormois, Pinson, 2010). Les années 1960-1970 où la désindustrialisation a durement touché les pays développés marquent le début des fermetures d'usines et d'exploitations. La structure économique et sociale de la ville en est profondément et durablement atteinte. Saint-Etienne devient une ville postindustrielle « en déclin » qui a du mal à envisager son passage à la postindustrialité, soit l'entrée dans la société de la connaissance (Touraine, 1969).
- 2 Il faut dès à présent revenir sur cette notion de ville « en déclin » qui trouve son origine conceptuelle dans différents courants scientifiques. Le thème du « déclin urbain » trouve son origine dans les écrits de Lewis Mumford (1970) et Gutkind (1966) qui avancent l'idée que les villes traversent plusieurs phases de croissance puis de décroissance, jusqu'à la mort. Le concept de *shrinking city*, ou ville rétrécissante, désigne une ville connaissant des pertes conjointes de population, d'emploi et de richesse. Plus récemment, des chercheurs allemands se sont intéressés au sort des villes postindustrielles de l'ouest qui connaissent ces mêmes problématiques, en se concentrant sur la composante du déclin

démographique – la revue *Géocarrefour* y a d'ailleurs consacré un numéro en 2011<sup>1</sup>. En effet, ces villes, situées dans des régions comme la Ruhr, connaissent un solde migratoire négatif de plus en plus accentué, et une périurbanisation de plus en plus importante, ce qui nous donne la *schrumpfende Städte*. Saint-Etienne connaît une situation assez similaire avec un taux de population qui a considérablement chuté entre 1968 et 2009, elle souffre également d'une augmentation significative du chômage, de la paupérisation de sa population qui, en outre, bénéficie d'un niveau de formation assez bas en moyenne.

- 3 Les villes postindustrielles en déclin sont donc confrontées à de gros problèmes d'attractivité, notamment chez les classes moyennes et supérieures qui les quittent au profit du périurbain ou pour d'autres villes plus attractives. Or, pour une grande majorité d'élus locaux et de techniciens, la dialectique de la croissance reste l'élément central dans leur manière d'envisager l'avenir de leur territoire, notamment à cause du contexte global de métropolisation et de concurrence accrue entre les villes. Il s'agit donc pour eux de renouer avec cette croissance (Roth, 2011). Renouer avec l'attractivité territoriale devient un objectif à atteindre proposé en solution aux problèmes économiques et sociaux et au déclin urbain. Or, pour renouer avec cette attractivité, il faut à la fois faire venir ou revenir des investisseurs, des entreprises mais aussi une population aux revenus plus importants. Il s'agit alors d'effectuer un travail à la fois sur l'offre, l'image et la visibilité.
- 4 A l'instar de l'étude de Boris Grésillon sur les villes allemandes rétrécissantes (2011), nous nous proposons d'analyser le choix de la culture et de la création comme alternative au déclin de Saint-Etienne à travers l'exemple emblématique de la Cité du Design. Pour enrayer cette dynamique de déclin, la ville a fait un choix de positionnement stratégique depuis un peu plus de quinze ans de changement d'image, en misant notamment sur les équipements emblématiques et le renouvellement urbain, la mise en valeur du patrimoine industriel, le développement de l'industrie créative et du marketing urbain. Ce genre de démarche est relativement courant pour des villes postindustrielles qui souffrent des mêmes maux que Saint-Etienne. En effet, certains exemples de reconversion « réussie » comme Bilbao ou Baltimore ont été érigés en modèles à prendre en exemple. L'association équipement culturel et régénération urbaine semble même être devenue un automatisme pour les élus d'aujourd'hui même si son efficacité reste à prouver (Lusso, 2009). Il faut dire que cette option présente des avantages à première vue notamment celui de recréer des aménités urbaines sur le territoire grâce aux nouveaux équipements, à la régénération urbaine qui les accompagne et à l'événementiel. Ces aménités urbaines nouvellement créées donnent donc à voir une ville qui bouge, une ville qui change, et pourraient donner envie aux populations aisées de revenir en centre-ville. C'est du moins ce que laisse entendre les thèses défendues par Richard Florida (2002) sur les « classes créatives », catégorie professionnelle supposée, censées être attirées par ce genre d'agréments urbains. Ce qui séduit également les élus c'est le lien de cause à effet qu'introduit Florida entre la présence de la « classe créative » dans une ville et le développement économique de celle-ci. Cette thèse, largement critiquée depuis quelques années par les chercheurs, notamment sur le plan méthodologique, continue à fasciner les décideurs politiques et économiques. Si l'existence d'une classe créative est difficile à prouver, l'économie créative est, elle, bien réelle et est considérée par les villes en difficulté comme un bon moyen de renouer avec la croissance et comme un levier efficace pour redensifier le tissu industriel.

- 5 En partant de l'exemple de l'équipement culturel de la Cité du Design, qui cristallise les problématiques dessinées en introduction, cet article a pour objectif d'analyser les politiques de changement d'image de Saint-Etienne et souhaite interroger les mécanismes de construction d'un quartier créatif et ses retombées concrètes pour la ville, en matière de déclin urbain notamment. Il s'est centré sur l'étude d'une revue de presse, des supports de communication et d'entretiens réalisés auprès de différents acteurs du territoire travaillant à la Cité du Design, au service *marketing* urbain de Saint-Etienne Métropole, à l'agence d'urbanisme de la région stéphanoise (epures) et des membres du conseil municipal de Maurice Vincent.

## Une histoire presque banale. De la friche industrielle au quartier créatif

- 6 A première vue l'histoire de la friche de l'ancienne Manufacture d'Armes, aujourd'hui Cité du Design ressemble à celle de beaucoup d'autres friches industrielles : abandon ou « temps de veille » (Andres, 2010), reconnaissance du caractère patrimonial de l'ensemble par les pouvoirs publics et réhabilitation qui donne une impulsion nouvelle à l'ensemble du quartier. Cependant, le conflit mémoriel autour de la patrimonialisation sélective des bâtiments de la Manufacture a engendré un besoin de légitimation du projet et a donné naissance à une mise en récit qui cherche à donner du sens au quartier tout entier.

### De la patrimonialisation conflictuelle à la mise en récit

- 7 A Saint-Etienne, s'il a longtemps été question de tourner la page de la « ville noire » (Gay, 2012) – image dont la ville a du mal à se défaire –, la mise en valeur de la ville passe en partie aujourd'hui par la restauration des bâtiments industriels, voire leur réhabilitation comme pour Manufrance, et l'utilisation de la mémoire minière. Le patrimoine industriel de Saint-Etienne est donc érigé en bien culturel commun pour l'ensemble de sa population. Néanmoins c'est cette acceptation de « bien commun » qui a cristallisé les tensions lors de la réhabilitation de l'ancienne Manufacture d'Armes en Cité du Design.
- 8 Le projet de la Cité du Design est né sous la municipalité de Michel Thiollière en 2005 et le conflit mémoriel dont il a fait l'objet (Zanetti, 2010) mérite que l'on y revienne brièvement. En vue de l'installation de la Cité, une partie des bâtiments de l'ancienne Manufacture d'Armes<sup>2</sup> a été détruite pour installer un bâtiment moderne conçu par l'architecte Finn Geipel. Les sites de production originels ont été conservés mais les bâtiments administratifs et ceux de la direction ont été démolis – car ils ne bénéficiaient pas du classement à l'inventaire des bâtiments historiques – au profit de la « platine », long bâtiment en verre et en acier par lequel il faut passer pour accéder au site.

Figure 1. Entrée de la Cité du Design et platine.

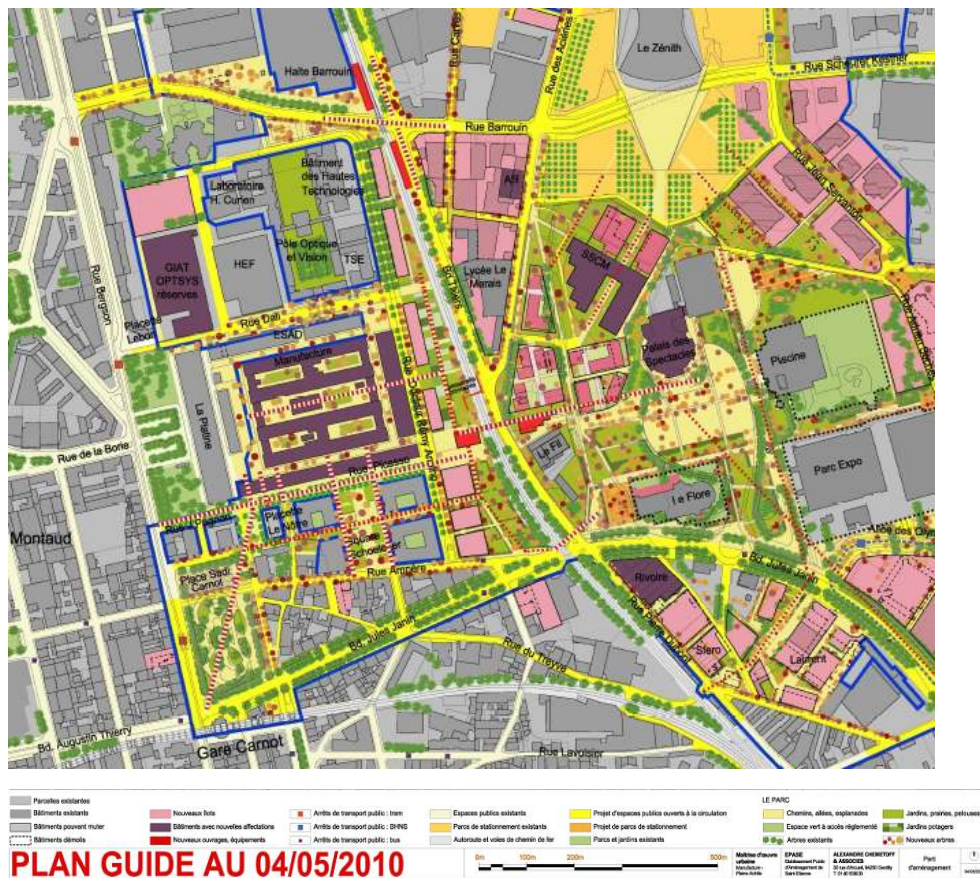


©Camille Mortelette, 2013

- 9 De nombreuses associations se sont alors opposées au projet dénonçant une sélection mémorielle qui niait l'identité même du lieu. En effet, en supprimant les traces de la domination patronale, on supprimait également la mémoire des luttes sociales. Ce qui a posé problème ici fut la sensation de négation d'un héritage ouvrier de la part d'une partie de la population stéphanoise qui pourrait s'apparenter à une forme de violence symbolique de la part des pouvoirs publics. Après un conflit de plusieurs mois, le site de la Cité du Design est tout de même né tel que le projet avait été conçu par les décideurs même s'il suscite encore quelques commentaires déçus, quoique résignés : « A Saint-Etienne, tout le monde considère que c'est une erreur mais maintenant c'est fait, c'est trop tard »<sup>3</sup>. Pour cet élu, ancien membre d'une association qui s'était opposée au projet, le site a perdu sa force d'intégrité parce qu'il n'a plus d'élément emblématique à montrer. Il reconnaît que le bâtiment de la platine est intéressant sur le plan architectural mais le considère mal venu dans la composition urbaine car il occulterait le site historique. Ces moments de tension assez forts et la contestation du projet de la Cité du Design ont obligé les pouvoirs publics à élaborer une mise en récit de l'objet Cité du Design afin de conforter sa légitimité. Deux moyens principaux ont été mis en place pour cela. L'ancien maire, Michel Thiollière s'explique a posteriori en faisant appel à la force de l'institutionnel : « D'abord toutes les instances officielles et reconnues en matière de patrimoine avaient eu le temps de donner leur avis et n'avaient émis aucune réserve sur le projet. Ensuite, toutes les étapes du projet avaient été franchies de manière démocratique, transparente et ouverte, sans qu'à aucun moment rien ni personne ne s'oppose au projet retenu » (Thiollière, 2007). Ensuite, il y a également un travail du discours des sphères techniques pour justifier l'installation de la platine à la place des bâtiments détruits. Une personne travaillant à la Cité du Design, estime, au contraire, que l'implantation de la platine sur le site est très réussie : « Cette espèce de fil qui ponctue vraiment l'espace et qui fait qu'on rentre vraiment dans un lieu historique mais par une porte moderne, qui est vraiment contemporaine. Je dois dire que le résultat est plutôt réussi, et parmi tous les gens qui passent, personne ne critique ni l'architecture, ni l'implantation, ni rien »<sup>4</sup>. Ce genre de propos est en substance le discours « officiel » qui est également tenu sur la Cité du Design à la mairie ou à Saint-Etienne Métropole.

10 Il est intéressant de noter que cette mise en récit du nouvel équipement entre valorisation du passé et regard tourné vers la modernité est un discours qui revient également pour justifier le choix du positionnement stratégique sur le design et sur l'économie créative en général. En effet, le design est également présenté comme historique et naturel à Saint-Etienne et non pas comme un positionnement stratégique tiré du chapeau des décideurs. « *En faisant se rencontrer, il y a plus de deux siècles l'art et l'industrie, Saint-Etienne a fait germer les racines du design français* »<sup>5</sup>. Cette manière institutionnelle de légitimer le design à Saint-Etienne trouve également un écho dans la parole des responsables de la Cité du Design : « *Il y a peut-être des choses à trouver du côté de Manufrance qui est vraiment liée au savoir-faire des Stéphanois autour du métal. Pourquoi Manufrance est née à Saint-Etienne ? C'est un peu la même question ! Les armes, le vélo, le textile... c'est un peu du design ! Moi je ne trouve pas ça parachuté, je trouve ça plutôt cohérent et j'ai l'impression que si ça a bien pris, c'est aussi parce qu'il y avait cette cohérence* »<sup>6</sup>. Légitimer de cette manière la Cité du Design et ses activités par l'histoire participe également du changement d'image de la ville en la montrant comme une agglomération dynamique mais qui ne se coupe pas de ses racines industrielles, et donc de ses habitants. Ce lien avec les habitants paraît d'autant plus important que la Cité du Design se trouve dans un quartier, à l'origine relativement populaire, qui est amené à changer fortement puisqu'il a été choisi pour être le nouveau quartier créatif de Saint-Etienne.

Figure 2. Plan guide de la Manufacture Plaine Achille, montrant les équipements structurants du quartier.



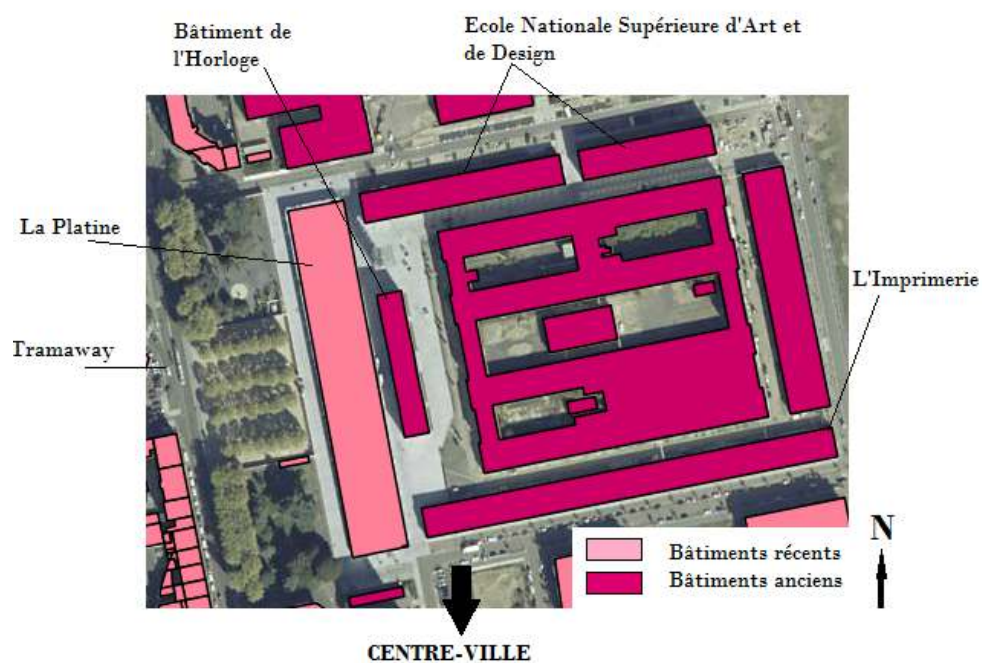
## Genèse et philosophie d'un nouveau quartier

- 11 La notion d'économie créative a d'abord émergé avec le concept de ville créative (Landry, 2000) et a connu un véritable essor avec celui de « classe créative » (Florida, 2002). Elle « s'inscrit ainsi dans le mouvement de transformation du capitalisme où le savoir, la connaissance, l'imagination humaine sont source de création de valeur par les innovations qu'elles engendrent » (Liefhooge, 2010) et se base, dans un premier temps, sur le développement des industries créatives « dans lesquelles le produit ou le service inclut une contribution essentielle de type artistique ou créatif, et qui sont habituellement porteurs de valeur culturelle, artistique ou de loisir » (Caves, 2002). Ces industries créatives sont présentées comme une solution pour relancer l'industrie grâce à un nouveau secteur – la création – mais aussi de faire (re)jouer aux villes un rôle dans la compétitivité interurbaine grâce aux plus-values apportées, notamment en termes d'image. Retrouver un rôle politique fort est donc un enjeu important pour une ville comme Saint-Etienne qui souhaite enrayer son déclin urbain et donc pallier les pertes de fonctions politiques ou administratives qui y sont liées. Le pouvoir d'attraction, voire de fascination, que peuvent exercer les industries créatives, mais aussi les mots totem de « ville créative » ou de « classes créatives » sur les pouvoirs publics des anciennes villes industrielles est aisé à comprendre puisqu'elles font l'effet de potion magique capable de consolider, voire reconstruire une croissance économique fragilisée ou disparue. A l'instar des villes britanniques et de leurs « clusters créatifs »<sup>7</sup>, Saint-Etienne s'est dotée à son tour d'un quartier créatif.
- 12 C'est donc à partir de l'îlot de la Manufacture d'Armes qu'a été prévu et conçu le quartier de la Manufacture Plaine Achille dont le pilotage a été confié à l'EPASE (Etablissement Public d'Aménagement de Saint-Etienne). Ce projet qui se veut « un écosystème créatif » organisé selon les principes urbains de la ville-parc, couvre 100 hectares au total. Il concentre une pépinière d'entreprises dans le bâtiment de l'Imprimerie au sein de la Cité du Design, l'Ecole Nationale d'Arts et de Design, la plateforme International Rhône-Alpes Médias (IRAM), le pôle Optique Vision, la scène de musiques actuelles du Fil, le Zénith (autre équipement culturel d'envergure conçu par Norman Foster) et le parc François Mitterrand qui occupe un terrain auparavant destiné au stationnement automobile. L'essentiel de ces activités se trouvent au sein même de l'ancienne Manufacture d'Armes ou dans son environnement proche. Mais le quartier est amené à s'étendre davantage puisque la Comédie de Saint-Etienne doit également s'y installer en 2016 sur une friche industrielle. S'ajoutent un programme immobilier de 120 logements ainsi qu'une école sur le site de l'ancienne Manufacture d'Armes. La Manufacture Plaine Achille est vendue comme un lieu où la créativité et la culture foisonnent et comme le lieu symbolique du renouveau stéphanois. Le bâtiment de l'Imprimerie, « véritable concentré de matière grise »<sup>8</sup>, accueille des entreprises liées aux médias comme France Bleu, le Mixeur (espace de *coworking* développé par Saint-Etienne Métropole) et la pépinière d'entreprises.
- 13 La diversité de ces entreprises est à l'image de la composition urbaine de ce quartier qui cherche une mixité des fonctions entre industries, logements et services mais aussi une mixité des référentiels urbains entre quartier créatif et écoquartier, quitte à entraîner une confusion quant à la perception des intentions. Pourtant c'est avant tout une certaine visibilité que souhaite donner l'EPASE au quartier en faisant appel à des grands noms de l'architecture internationale, les fameux *starchitectes* (Gravari-Barbas, 2009), comme Geipel, Foster ou Chemetoff afin de réaliser les bâtiments les plus emblématiques. Cet



appel à des noms connus permet une approche double, à la fois la quasi assurance d'avoir une démarche d'aménagement urbain de qualité mais aussi des facilités évidentes de promotion de ce nouveau quartier dans la ville et surtout à l'extérieur.

Figure 3. Croquis de la Cité du Design réalisé à partir des sources cartographiques du site Géoportail.



Source : Epase

- 14 Le design a la part belle dans ce quartier mais le quartier Manufacture-Plaine Achille ne s'y résume pas. On voit aisément que la notion d'industries créatives est ici prise au sens large tant les secteurs sont nombreux et se rapproche de la nomenclature établie par les chercheurs britanniques du DCMS qui distinguent treize industries constitutives des fonctions créatives comme la musique, la représentation artistique, l'édition, le génie logiciel, la télévision ou la radio.
- 15 Concernant la philosophie du quartier, on note la volonté d'en faire un deuxième centre au sein de la ville qui serait le symbole des efforts mis en place pour enrayer le déclin économique et démographique. Cependant, on peut s'interroger sur la population-cible des politiques mises en place. En effet, le but avoué est de faire venir une catégorie de population différente – cette « classe créative » constituée d'étudiants, de jeunes designers et de cadres – qui serait séduite par ce genre de quartier anciennement populaire mais « rhabillé » aux couleurs du développement durable et de l'économie culturelle. Construire des appartements et des infrastructures de services comme une crèche et une école primaire à proximité de l'ENSAD et d'une pépinière d'entreprises montre bien que la population visée sont les étudiants et les familles de « jeunes cadres dynamiques » dans ce quartier. Au moyen de logements au loyer plus élevé que la moyenne, il est relativement aisé de s'assurer de la catégorie de population qui viendra à s'y installer. On assiste donc à une tentative de faire de la gentrification un outil de politique publique pouvant servir au redéveloppement urbain (Rousseau, 2008 ; Morel

Journal, Sala Pala, 2011). Utiliser la gentrification de cette manière suppose que les pouvoirs publics accordent un certain crédit aux thèses développées par Richard Florida. Cependant associer « classe créative » et prospérité urbaine a ses limites en soi (de nombreux travaux ont prouvé qu'il est quasiment impossible d'affirmer un lien de cause à effet entre les deux). De plus, il est tout aussi problématique d'affirmer que la présence des aménités urbaines va précisément attirer la catégorie de population souhaitée puisque ce genre d'agréments n'est pas que du goût des créatifs. En outre, il semblerait que la « classe créative » ne constitue pas un groupe social propre aux désirs homogènes, à Saint-Etienne (Rousseau, 2008), comme ailleurs. La tentative de faire revenir une population solvable par ce genre de politiques publiques est donc problématique à plus d'un titre. En effet, en grossissant les traits, Saint-Etienne réalise de nombreux changements, qui supposent un investissement financier important, pour une population qui est partie ou qui n'est pas encore là et qui est relativement favorisée par rapport à la grande majorité de la population stéphanoise. De plus, rien ne prédit que cette population va effectivement quitter le périurbain, qui offre également une certaine qualité de vie, pour revenir en centre-ville. Les études semblent même indiquer le contraire : « *D'une manière générale, les classes aisées, elles auront de plus en plus tendance à s'installer en périphérie, elles vont plutôt s'installer au nord-est de Saint-Etienne. De plus en plus* »<sup>9</sup>.

- 16 Afin d'interroger plus en détail le rôle de la Cité du Design pour les entreprises et la population stéphanoises, il faut étudier les fonctions qu'elle assume en tant que support et outil de médiation culturelle et économique, et ce à différentes échelles.

## La Cité du Design, chef d'orchestre territorial

- 17 L'ensemble des bâtiments de l'ancienne Manufacture d'Armes, par la réhabilitation dont ils ont fait l'objet, montrent bien comment les politiques urbaines locales ont fait de la Cité du Design l'emblème de la recherche d'un second souffle pour la ville. Pour autant, un équipement culturel ne peut suffire à enrayer le déclin et relancer l'économie stéphanoise. La Cité du Design en tant qu'instrument de mise en application des politiques culturelles a, elle, un rôle primordial à jouer.

## La recherche d'une visibilité à l'international

- 18 La première édition des Biennales du design a vu le jour en 1998 sous l'impulsion des étudiants de l'École des Beaux-Arts, de l'ancien directeur Jacques Bonnaval et de Michel Thiollière. L'École possédait un département design assez dynamique, avec notamment la revue *Azimut*, développée par les étudiants, qui existe encore aujourd'hui. La volonté était d'organiser des rencontres afin de faire parler de ce département design, de générer des rencontres entre les professionnels et les étudiants, mais aussi de montrer au public les maquettes, prototypes et autres objets réalisés par les étudiants. Le directeur de l'époque, Jacques Bonnaval, a donc proposé à Michel Thiollière de créer un événement pour inviter les partenaires de l'école afin qu'ils viennent également présenter leurs travaux. La mairie a été le principal partenaire de la première édition de l'événement qui a pris de plus en plus d'ampleur. En 1998, le public présent était essentiellement des personnes venant des écoles, quelques entreprises locales, mais cette première édition a été considérée comme un succès d'où la décision de la reconduire tous les deux ans. Le format de ces Biennales a légèrement évolué au fil des années, se professionnalisant

d'avantage, s'ouvrant à un public plus large et surtout se déplaçant du Palais des Congrès à la Cité du Design. Le nombre de visiteurs a augmenté chaque fois d'environ 20 000 personnes. Si 1998 a vu se déplacer une moyenne de 30 000 visiteurs, celle de 2013, qui a également bénéficié d'un changement de date pour des considérations d'optimisation météorologique, en a accueilli 100 000 à Saint-Etienne<sup>19</sup>. En outre, la taille de l'exposition mais aussi la provenance des exposants a grandement évolué depuis les débuts de l'événement. Il convient également de souligner que la part de visiteurs stéphanois est assez importante – en effet un tiers des visiteurs de l'édition 2013 venait du département de la Loire –, ce qui montre un certain attachement non seulement à l'équipement culturel mais aussi à l'événement. La résonance locale est assez forte puisqu'un autre tiers venait de la région Rhône-Alpes hors département de la Loire, mais la diffusion de l'événement commence à porter ses fruits puisque le tiers restant concerne les visiteurs nationaux et internationaux. Il est important de noter que les Biennales ont depuis leur création eu une dimension internationale car elles permettaient également de créer des liens forts avec les écoles de design situées à l'étranger, notamment avec celle de Montréal.

Figure 4. Entrée de l'exposition pour les Biennales 2013.



©Camille Mortelette, 2013

- 19 Les Biennales ont ainsi permis à la ville d'acquérir une visibilité nationale et internationale, qui s'est renforcée avec l'entrée de Saint-Etienne dans le réseau UNESCO des villes créatives de design en novembre 2010, aux côtés de villes comme Berlin, Buenos Aires ou encore Shanghai. Ce réseau permet l'échange d'expériences, idées et bonnes pratiques pour le développement culturel, social et économique entre les villes membres. Il permet également à Saint-Etienne de se hisser au niveau de ces métropoles internationales dont le poids économique est bien plus important grâce aux échanges et aux projets communs. Cependant, les retombées réelles de cette entrée dans le réseau

sont à nuancer. En effet, le réseau Unesco n'a pour l'instant pas, ou relativement peu, suscité d'implantation ou de création de nouvelles entreprises sur le territoire (à l'exception des designers présents dans la pépinière d'entreprise). Il faut aussi noter une certaine concurrence avec Lyon, située à un peu plus de 50 km, qui en tant que métropole dynamique bénéficie d'une attractivité plus forte. D'autant plus que Lyon se positionne également sur le secteur du design de manière assez volontaire, même si, il s'agit davantage du design dit de luxe, en opposition du design stéphanois plus axé sur le quotidien. Les politiques d'équilibre régional menées par le Conseil Régional et la formation récente du pôle métropolitain Lyon, Saint-Etienne, Bourgoin-Jailieu et Vienne qui veut que l'on ne considère plus les retombées économiques à l'échelle d'une ville ou de son aire économique mais à une échelle plus petite, qui englobe plusieurs communes, font jouer la complémentarité des démarches. Aussi, pendant les Biennales, Lyon accueille également un événement design, la *DesignWeek Lyon*, qui propose une vision différente de l'activité. Cette mise en synergie des acteurs vise à faire connaître l'ensemble de la région Rhône-Alpes comme une région dynamique, qui sait créer, innover et accueillir des entreprises. Cependant, cette construction de la complémentarité n'est pas aisée entre deux villes qui connaissent une rivalité ancestrale, d'autant plus que la hiérarchie urbaine forte qui existe entre Lyon et Saint-Etienne domine encore les règles du jeu de l'attractivité territoriale. En effet, le risque de voir partir les designers stéphanois vers Lyon une fois diplômés est évoqué d'une manière qui montre bien la persistance de certaines tensions : « *C'est facile à Lyon, il y a de belles boutiques, il y a de l'argent, ils vont se positionner sur le design de style et de luxe mais ça n'est pas du tout celui dont on parle à Saint-Etienne. Moi, je fais du design dans les quartiers, à Montreynaud, tout ça. Eux, c'est plus de la vitrine. (...) Si ça peut permettre à nos designers qui s'installent ici d'aller travailler et gagner de l'argent de à Lyon... Il n'y a pas de frontière!* »<sup>11</sup>. L'enjeu de la conservation des étudiants de l'ENSAD sur le territoire stéphanois et la diffusion du design dans les entreprises locales est donc crucial.

## Des missions concrètes pour le développement local

- 20 La Cité du Design est un EPCC<sup>12</sup>, elle gère donc un service public culturel et travaille en partenariat avec la Ville, l'Agglomération, la Région et l'Etat pour permettre l'émergence de projets structurant le territoire vers une mise en application de politiques publiques de design. Ce partenariat s'apparente à une gouvernance partagée où les cinq acteurs travailleraient en synergie pour faire apparaître une démarche globale de design. La Cité du Design possède plusieurs services qui fonctionnent en complémentarité : le service relations économiques qui se charge d'accompagner les entreprises pour les aider à intégrer davantage le design dans leurs modes de faire, le service production qui a trait à l'événementiel et à l'artistique, le service communication, le service recherche et édition qui travaille sur l'innovation en laboratoire et les publications, le service relations internationales pour les projets à visibilité internationale et enfin, deux *design managers* qui travaillent en lien étroit avec les collectivités territoriales.
- 21 La Cité du Design a donc un rôle économique important puisqu'elle accompagne les collectivités, les entreprises mais aussi les commerces dans une démarche de design et d'innovation à travers diverses actions. Elle a été en cela fortement aidée par la Région grâce au GPRA<sup>13</sup>, qui est un programme d'action de soutien financier de la part de la Région pour développer l'attractivité du territoire sur des questions qui peuvent être très

variées ; Saint-Etienne a été choisie en 2007 pour un GPRA sur le design. Les actions menées ont été assez nombreuses et toutes dirigées dans le but de démocratiser la pratique du design sur le territoire stéphanois. On distingue trois grandes tendances : l'accompagnement des entreprises, l'innovation par les usages et l'accompagnement des commerces. On retrouve donc des opérations comme « chèque-design » pour que les commerçants puissent refaire leur accueil et leurs espaces de vente avec des professionnels du design et de l'architecture ou encore « Je participe à la rénovation de mon école ! » expérience pédagogique initialement menée sur trois écoles en 2010, qui a intégré les élèves, leurs parents et les enseignants, afin de sensibiliser les élèves aux apports du design pour l'amélioration de leur lieu d'étude. Mais la Cité du Design propose aussi un accompagnement des collectivités territoriales pour l'aménagement urbain, dans la rénovation des places de l'hyper-centre, réfléchit à une meilleure concertation avec les habitants pour une meilleure appropriation de l'espace – public notamment –, des promoteurs immobiliers et des architectes, dans la post-programmation d'un foyer pour jeunes, les entreprises avec le LUPI<sup>14</sup> notamment – sorte d'atelier collaboratif pour l'adoption de pratiques innovantes. Mais l'une des missions essentielles de la Cité du Design reste la sensibilisation des industries à la démarche design afin de les faire évoluer dans leur pratique et de leur apporter une plus-value qui pourrait être une réponse à la crise structurelle qui traverse le secteur industriel. Il convient à présent de s'interroger sur l'impact réel du design sur ces industries.

## Des retombées réelles à discuter

- 22 La Cité du Design a une mission d'accompagnement à plusieurs niveaux et de mise en synergie des acteurs tant publics que privés et ce dans une aire qui dépasse largement le périmètre de la ville. En effet, nous considérerons ici le territoire Sud Loire comme espace économique pertinent à l'instar de Michel Bellet qui a montré que l'économie stéphanoise se déploie dans ce secteur (Bellet, 2008). Le territoire Sud Loire est également l'espace de référence choisi par l'epures pour analyser l'économie stéphanoise. Une des études de cette agence d'urbanisme sur les services innovants à l'industrie et sur le design industriel est d'ailleurs assez révélatrice de l'impact réel du positionnement design dans le territoire stéphanois et montre bien que le design reste encore très à la marge pour une grande majorité d'entreprises stéphanoises. En effet, les services innovants à l'industrie et le design industriel ne concentreraient que 2 % des emplois salariés privés du Sud Loire. Si le secteur est créateur d'emplois – le nombre d'immatriculation des services innovants à l'industrie et du design industriel a augmenté de 84 % entre 2003 et 2009 et 75 % des immatriculations en 2009 concernaient des créations d'établissements – il n'en reste pas moins que la dynamique d'emplois reste à consolider selon l'epures<sup>15</sup>. La raison principale est que ces entreprises sont des TPE de moins de 20 salariés, plus facilement fragilisées en cas de difficultés, et qui ont davantage de mal à exister face à la concurrence lyonnaise ou grenobloise. Enfin, un nombre important d'entreprises du territoire stéphanois sont fortement ancrées dans les secteurs traditionnels de l'industrie et relativement hermétiques aux pratiques du design et de l'innovation, le rapport de l'epures parle même de réticences de la part des entreprises envers les outils mis en place par la Cité du Design. Malgré le caractère transversal du design – il peut être appliqué à différents secteurs d'activité – celui-ci reste donc relativement à la marge de la réalité économique du territoire. Si l'effet d'entraînement économique réel est encore à construire, Saint-Etienne obtient tout de même une certaine visibilité grâce à certains

grands noms comme l'entreprise Thales Angenieux, déjà récompensés plusieurs fois dans des festivals de cinéma<sup>16</sup> pour leur innovation dans l'optique. Ces grands noms permettent donc d'envoyer un signal fort en direction des autres entreprises et de placer Saint-Etienne sous le signe de l'excellence.

## Conclusion

- 23 On assiste depuis une dizaine d'années à une évolution du discours sur la ville de Saint-Etienne de la part des pouvoirs publics locaux mais aussi de la presse, qu'elle soit généraliste ou spécialisée, locale ou nationale. En effet, les voix semblent unanimes : « Saint-Etienne touche au but » titrait *Traits urbains*<sup>17</sup> en 2005, « Saint-Etienne : l'heure de la reconquête » pour *L'Express*<sup>18</sup> en 2013. Saint-Etienne aurait donc amorcé sa reconversion depuis une quinzaine d'années et la ville serait en pleine relance économique, avec un enrayment du déclin urbain, comme l'affirment avec force Maurice Vincent et Michel Thiollière dans *L'Express*. Les économies de la culture et de la création, sans être les uniques leviers utilisés ont une part importante dans la tentative de renouvellement de la ville. La Cité du Design et le quartier qui l'entoure symbolisent à eux seuls le nouveau positionnement stratégique de la ville. Infrastructure-support des nouvelles initiatives de dynamisation du développement territorial et plus largement dans le cadre du nouveau quartier créatif de la Manufacture Plaine Achille, la Cité du Design participe de la nouvelle image de la ville tout en concentrant les espoirs de relance économique. Les élus et les techniciens sont également à l'origine d'un discours qui souhaite réinventer la ville et nuancer, voire nier, l'appellation « ville en déclin ». Réinventer la ville permettrait de recréer les conditions de l'attractivité. Pour ce faire, Saint-Etienne a choisi le positionnement entre culture et créativité, et une rhétorique entre passé et modernité. Le passé industriel donne sa légitimité à certaines nouvelles activités, comme le design, qui cherchent à mettre en évidence une filiation naturelle entre l'industrie du XIX<sup>ème</sup> siècle et celle d'aujourd'hui. Le design puiserait donc dans les racines stéphanoises tout en étant vecteur d'une nouvelle image, d'un renouvellement de l'identité territoriale. Néanmoins, les effets réels du design dans l'économie stéphanoise sont à modérer puisque le design ne semble se distiller que par petites touches ou ne concerner véritablement qu'une minorité d'entreprises. La présence d'une dimension culturelle au cœur de la dynamique territoriale a tendance à se systématiser (Kahn, 2010). Cependant, faire le choix des économies culturelles et créatives pour la relance économique d'une ville n'est pas toujours synonyme de succès comme nous le montre l'exemple des villes décroissantes d'outre-Rhin (Grésillon, 2011). En outre, si les économies de la culture et de la création semblent pouvoir répondre efficacement à certains problèmes, elles n'en restent pas moins extrêmement coûteuses à mettre en place, d'autant plus pour une ville comme Saint-Etienne. Cette question de l'investissement financier, qui a été très important pendant la municipalité de Michel Thiollière, notamment à cause d'affaires à fort retentissement médiatique comme les emprunts toxiques auprès de Dexia, nous fait nous poser une autre question : celle de la priorisation de l'action et du choix de la population cible. En effet, la mise en place de politiques favorisant les classes moyennes et supérieures, qui ne représentent pas, en outre, la majorité de la population stéphanoise, plutôt que les classes les plus défavorisées, peut interroger. Relancer une ville comme Saint-Etienne par ce biais peut donc faire débat notamment lorsque l'on s'intéresse aux problématiques de justice

spatiale. Cependant, le positionnement design semble être vecteur d'une vision renouvelée des manières de faire et de produire de l'espace. En effet, la légitimité qu'on lui donne, qu'elle soit construite *a posteriori* ou réelle, favorise son appropriation par les habitants, la vision non-élitiste qu'on s'efforce de lui donner et le souci de l'adaptation à l'usager est source de projets *bottom-up* ou de participation habitante. Il se pourrait que la Cité du Design puisse finalement être un véritable atout pour Saint-Etienne, non pas forcément en termes de relance économique mais davantage en termes d'innovation sociale.

---

## BIBLIOGRAPHIE

- ARAB N. (2007), « A quoi sert l'expérience des autres ? », *Espaces et sociétés*, 4, 131, pp 33-47.
- ASCHER F. (2001), *Les nouveaux principes de l'urbanisme. La fin des villes n'est pas à l'ordre du jour*, La Tour d'Aigues, éd. De l'aube, coll. « Mondes en cours », 104 p.
- BARON M. CUNNINGHAM-SABOT E., GRASLAND C., RIVIERE D., VAN HAMME G. (éd.) (2010), *Villes et régions en décroissance : maintenir la cohésion territoriale ?*, éd. Hermès-Sciences, coll. « Traités IGAT », Paris, 346 p.
- BEAL V., PINSON G. (2009), « Du petit chose au "5<sup>th</sup> best mayor in the world". Un maire urbain entre stratégies de légitimation et recherche de ressources pour l'action », *Pôle sud*, 1, 30, pp. 7-29.
- BEAL V., DORMOIS R., PINSON G. (2010), « Relancer Saint-Etienne. Conditions institutionnelles et capacité d'action collective dans une ville en déclin », *Métropoles*, 8, 25 p.
- BELLET M. (2008), « Stratégie économique et métropolitaine : les mutations d'un problème ancien », in BONNEVILLE M. (dir.) (2008), *Saint-Etienne, mutations : lieux, enjeux, acteurs*, pp. 159-162.
- BENKO G., LIPIETZ A. (1992), *Les régions qui gagnent*, Paris, PUF.
- BENKO G. (2007), « Economie urbaine et régionale au tournant du siècle », *Métropoles*, 1, pp 141-181.
- BONERANDI E. (2005), « Le recours au patrimoine, modèle culturel pour le territoire ? » *Géocarrefour*, 80, 2, pp 91-100.
- BOUINOT J. (2002), *La ville compétitive ; les clés de la nouvelles gestion urbaine*, Paris, éd. Economica, coll. « Gestion », 180 p.
- CHANTELOT S. (2009), « La thèse de la « classe créative » : entre limites et développements », *Géographie, économie, société*, 4, 11, pp. 315-334.
- DI MEO G. (2004), « Patrimoine et territoire, une parenté conceptuelle », *Espaces et Sociétés*, 4, 78, pp 15-34.
- FOL S., CUNNINGHAM-SABOT E. (2010), « "Déclin urbain" et *Shrinking Cities* : une évaluation critiques des approches de la décroissance urbaine », *Annales de Géographie*, 4, 674, pp 659-383.

- FLORIDA R. (2003), *The Rise of the Creative Class: and how it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York, Basic Books.
- FRIBOULET J.J. (2010), « La construction de l'attractivité : une analyse en termes de capacité », *Mondes en développement*, 1, 149, pp 11-26.
- GAY G. (2012), « L'impossible palimpseste industriel », *L'Archéologie industrielles en France*, 61, pp 11-18.
- GELLEREAU M. (2003), « Nous et les autres : les représentations des identités culturelles au service de nouveaux territoires ? », *Etudes de communication*, 26, 10 p.
- GRAVARI-BARBAS M., JACQUOT S. (2007), « L'événement, outil de légitimation de projets urbains : l'instrumentalisation des espaces et des temporalités événementiels à Lille et Gênes », *Géocarrefour*, 82, 3, 19 p.
- GRAVARI-BARBAS M., RIPOLL F. (2010), « Introduction : de l'appropriation à la valorisation, et retour », *Norois*, 217, pp 7-12.
- GRESILLON B. (2011), « La culture comme alternative au déclin : mythe ou réalité ? Le cas des villes allemandes rétrécissantes », *Géocarrefour*, 86, 2, pp 151-160.
- HARVEY D. (1989), *The Condition of Postmodernity: an Enquiry Into the Origins of Cultural Change*, Oxford, Basic Blackwell, 392 p.
- KAHN R. (2010), « La dimension culturelle du développement territorial », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* 4, pp. 625-650.
- KEIL R., BOUDREAU J.A. (2010), « Le concept de la ville créative : la création réelle ou imaginaire d'une forme d'action politique dominante », *Métropoles*, 7, 13 p.
- LEVINE M. (2004), *La « classe créative » et la prospérité urbaine : mythes et réalités*, Conférence du 20 mai 2004, Montréal, 33 p.
- LIEFOOGHE C. (2010), « Economie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche », *Innovations*, 1, 31, pp 181-197.
- LUSSO B. (2010), « Culture et régénération urbaine : les exemples du Grand Manchester et de la vallée de l'Emscher », *Métropoles*, 8, 27 p.
- MOREL JOURNAL C., SALA PALA V. (2011), « Le peuplement, catégorie montante des politiques urbaines néolibérales ? Le cas de Saint-Etienne », *Métropoles*, 10, 31 p.
- MORTELETTE C. (2013), *Renouer avec l'attractivité territoriale. La relance des villes postindustrielles en déclin grâce aux économies culturelles et créatives. Etude du cas stéphanois*, Mémoire de Master 2 dirigé par Philippe Chaudoir, mai 2013, 91 p.
- ROTH H. (2011), « "Les villes rétrécissantes" en Allemagne », *Géocarrefour*, 86, 2, pp. 75-80.
- ROUSSEAU M. (2008), « Richard Florida in Saint-Etienne ? Sociologie de la "classe créative" stéphanoise » (2008), *Annales de la recherche urbaine*, 105, pp. 112-119.
- ROUSSEAU M. (2008), « "Bringing politics back in" : la gentrification comme politique de développement urbain ? », *Espaces et Sociétés*, 132-133, pp. 75-90
- THIOLLIERE M. (2007), *Quelle ville voulons-nous ?*, éd. Autrement, 187 p.
- VESCHAMBRE V. (2008), *Traces et mémoires urbaines. Enjeux sociaux de la patrimonialisation et de la démolition*, Presses Universitaires de Rennes, 315 p.



- VESCHAMBRE V. (2005), « Le recyclage urbain, entre démolition et patrimonialisation : enjeux d'appropriation symbolique de l'espace. Réflexions à partir de quatre villes de l'Ouest », *Norois*, 2, 195, 16 p.
- VIVANT E. (2009), *Qu'est-ce que la ville créative ?*, PUF. coll. « La ville en débat », Paris, 89 p.
- VIVANT E. (2007), « L'instrumentalisation de la culture dans les politiques urbaines : un modèle d'action transposable ? », *Espaces et sociétés*, 4, 131, pp 49-66.
- ZANETTI T. (2010), « La Manufacture d'Armes de Saint-Etienne : un conflit mémoriel », *Norois*, 217, pp 41-55.
- ZANETTI T. (2011), « La Manufacture d'Armes de Saint-Etienne : un patrimoine militaire saisi par l'économie créative », *In Situ*, 16, 13 p.

## NOTES

1. Géocarrefour, « Villes rétrécissantes en Allemagne », 86, 2, 2011, 92 p.
2. Occupé par GIAT Industries depuis 1989, le bâtiment a définitivement fermé ses portes en 2000 et était en friche depuis.
3. Entretien avec Jacques Stribick, élu en charge du patrimoine et de l'image extérieure de la ville, 27 avril 2013.
4. Entretien avec Nathalie Arnould, design manager, 23 avril 2013.
5. Extrait d'une plaquette Atelier Visionnaire (marque de territoire) présentant la ville de Saint-Etienne.
6. Entretien avec Nathalie Arnould, design manager, 23 avril 2013.
7. Notamment de Glasgow où Michel Thiollière s'est rendu à plusieurs reprises (Béal, Pinson, 2009).
8. Expression tirée du site internet de l'EPASE.
9. Entretien avec Angélique Tholoniati-Franchise, travaillant à l'épures, le 2 mai 2013.
10. 140 000 visiteurs ont été accueillis au total sur le territoire du pôle métropolitain Lyon-Saint-Etienne-Bourgoin-Jaillieu-Vienne.
11. Entretien avec Nathalie Arnould, le 23 avril 2013.
12. Etablissement Public de Coopération Culturelle.
13. Grand Programme Rhônalpin.
14. Laboratoire des Usages et des Pratiques Innovantes.
15. Les chiffres proviennent d'un document de travail de l'agence d'urbanisme de Saint-Etienne daté de juillet 2011.
16. Aux Oscars notamment, en 1964, 1989 et 2009.
17. Traits urbains, 3, 2005.
18. L'Express, mars 2013.

---

## RÉSUMÉS

Saint-Etienne, en tant que ville postindustrielle, souffre de problèmes d'attractivité territoriale. Après avoir connu de grandes difficultés dues à la désindustrialisation à partir des années 1970, mettant à mal son industrie traditionnelle, ainsi qu'une saignée démographique dans les années 1990, laissant de nombreux logements vacants et des friches jusque dans le centre-ville, la ville souhaite recréer les conditions de l'attractivité en changeant son image. En effet, Saint-Etienne se tourne vers les industries culturelles et créatives en espérant faire revenir les entreprises, investisseurs et une population aux revenus moyens à aisés. Le présent article s'attache à montrer les tentatives de renouveau de la ville via les politiques publiques concentrées autour de la Cité du Design et souhaite montrer les effets réels de cet équipement sur son environnement urbain et ses éventuelles retombées sur le développement économique stéphanois.

The post-industrial city of Saint-Etienne suffers from its unattractive and shrinking image. Whilst the local/traditional industry was badly hurt when deindustrialization hit the town in the early 70s and the population decreased dramatically in the 90s – leading to a surge in abandoned housing up even in central areas – the council has now set out to stimulate the town's attractiveness using re-imaging politics. The focus of Saint-Etienne is shifting towards cultural and creative industries in an effort to draw companies and investments, as well as improve its demographic. This paper is setting out to question the city's attempts of renewal by exploring urban politics toward the Cité du Design, former industrial site, and to show the real effects of this flagship project on its urban surroundings and its possible consequences on the local economic development.

## INDEX

**Mots-clés** : Cité du Design, Saint-Etienne, politiques urbaines, positionnement stratégique, changement d'image, économie culturelle et créative, territoire postindustriel, patrimoine industriel, grand équipement culturel, branding urbain, renouvellement urbain, récit territorial

**Keywords** : urban politics, strategic positioning, re-imaging, cultural and creative economy, postindustrial territory, industrial heritage, cultural flagship project, urban branding, urban renewal, territorial narrative

## AUTEUR

**CAMILLE MORTELETTE**

Université d'Artois, EA 2468 Discontinuités, F-62000 Artois, [camille.mortelette@gmail.com](mailto:camille.mortelette@gmail.com)