



Une Cartographie Culturelle de Paris: Les Ambiances du Paris-Métropole

Stephen W. Sawyer, Francis Beaucire, Terry Clark, Xavier Desjardins, Cédric Ferial, Reed Fleetwood, Joe Lukawski, Maxime Jaffré, Adèle Raby, Mathias Rouet, et al.

► To cite this version:

Stephen W. Sawyer, Francis Beaucire, Terry Clark, Xavier Desjardins, Cédric Ferial, et al.. Une Cartographie Culturelle de Paris: Les Ambiances du Paris-Métropole. [Rapport de recherche] Ville de Paris, programme Paris 2030; The American university of Paris; Université Paris-1 Panthéon-Sorbonne; The University of Chicago. 2011. hal-01646311

HAL Id: hal-01646311

<https://hal.science/hal-01646311>

Submitted on 30 Nov 2017

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.

RAPPORT FINAL

AVRIL 2011

Projet:

PARIS 2030

Une cartographie culturelle de **Paris-Métropole**

Projet coordonné par Stephen W. SAWYER

Pour l'équipe de
L'Université Américaine de Paris,
et
du Magistère d'Aménagement de Paris-1 Panthéon-Sorbonne



Membres de l'équipe

Francis BEAUCIRE, Terry CLARK, Xavier DESJARDINS,
Cédric FERIEL, Reed FLEETWOOD, Joe LUKAWSKI, Maxime JAFFRE,
Adèle RABY, Mathias ROUET, Brian SCHIFF

INTRODUCTION.....	7
Déroulement du projet. Méthode.....	7
Conclusions	8
<i>1. Partir de l'existant : Le Paris-Métropole est autant à voir qu'à faire</i>	<i>8</i>
<i>2. Polycentricité et polymorphisme : les ambiances culturelles résistent à toute logique centre-périphérie.....</i>	<i>8</i>
<i>3. Développement durable : Le Paris-Métropole est un vivier de niches culturelles qui sont parfois fragiles mais florissantes</i>	<i>8</i>
Visibilité du projet :.....	9
Publications des résultats	10
Perspectives :	10
 CHAPTER 1. A THEORY OF SCENES	 11
1.Analyzing the Urban Cultural Experience	11
<i>1a. Cultural experience and economic development</i>	<i>11</i>
<i>1b. Cultural experience as an element of urban social life</i>	<i>13</i>
<i>1c. Building on recent research.....</i>	<i>15</i>
2. A Theory of Scenes	16
<i>2.a. Industrial Clusters vs. Neighborhoods vs. Scenes</i>	<i>16</i>
<i>2.b. The Internal Environment of Scenes.....</i>	<i>18</i>
<i>2.c. Dimensions of Cultural Experience</i>	<i>19</i>
 CHAPTER 2. UNE HISTOIRE D'AMBIANCE. BREF HISTORIQUE DU CONCEPT D'AMBIANCE URBAINE.....	 31
Mesure des ambiances, outil de compréhension et d'intervention.....	35
 CHAPITRE 3. UNE RUE COMME LES AUTRES ? L'AMBIANCE AU CŒUR DU V^E ARRONDISSEMENT	 41
Des valeurs révélatrices de pratiques de consommation.....	41
A l'échelon le plus local : exemple d'analyse des dimensions dans une rue du 5 ^e arrondissement.....	42
 CHAPTER 4. LA PETITE TRAVERSEE DU GRAND PARIS. DE LA RUE A L'ESPACE METROPOLITAIN	 50

« Lieu de consommation, consommation du lieu » : manifestations localisées d'un nouveau rapport entre ville et commerce en Ile-de-France 51

La rue piétonne commerçante : une micro-ambiance « urbaine » au secours de la ville centre.....51

Les « centres de vie commerciale » : la ville au défi de la multiplication des ambiances.....52

Mesurer les ambiances dans le Grand Paris pour en faire un outil opérationnel..... 54

Vers une ambiance à l'échelle d'un espace urbain.....54

Méthodologie pour une appréhension des ambiances.....55

Un exemple : cartographie de l'ambiance « Art de Vivre » dans le Grand Paris.....56

Conclusion 58

CHAPITRE 5. L’AFFAIRE BOBIGNY : LES AMBIANCES ET LA CONSTRUCTION D’UNE CULTURE METROPOLITAINE.....60

Introduction : Molière en banlieue 60

I- Du Palais Royal à Bobigny : aller-retour 61

A - De l'évènement culturel à l'affaire Bobigny61

B- Un Français démocratique63

C- Vers un théâtre métropolitain65

II- La MC 93, en proie à ses vérités? 67

A- Une relative unanimité politique68

B- De la recherche des subventions.71

C- A la recherche d'un public.....72

III- Bobigny scène culturelle 74

A- Analyse du « milieu » culturel bobignyien.....74

B- Un modèle culturel émergent78

C- La greffe improbable de la Comédie-Française.....80

Conclusion : « Re-centralizing culture »..... 84

Annexes 87

Annexe 1 : Eléments budgétaires (2004 -2007) pour la MC 93.....87

Annexe 2 : Eléments financiers pour la Comédie Française (2006 – 2008).....88

CHAPTER 6. LA POLITIQUE CULTURELLE ET LA DEMOCRATIE METROPOLITAINE A L’AGE DE LA DEFIANCE90

Introduction 90

I. Qu'est-ce qu'une « ambiance » politique ? 91

II. La culture de la démocratie 96

Conclusion.....	102
-----------------	-----

CHAPITRE 7. AMBIANCES ET PROFILS SOCIO-ECONOMIQUES DES COMMUNES DE PARIS104

1. Typologie des ambiances urbaines et des profils socio-économiques.....	104
1.1. <i>Classification hiérarchique des ambiances urbaines.....</i>	104
1.2. <i>Classification des profils socio-économiques des communes du Paris Métropole.....</i>	106
2. Corrélation entre profils socio-économiques et ambiances urbaines.....	108
2.1. <i>Calcul des relations entre les caractères.....</i>	108
2.2. <i>Déroulement du test du Chi2.....</i>	109

CHAPITRE 8. L'ANALYSE SPATIALE AU SECOURS DE L'EXPERTISE CULTURELLE DES TERRITOIRES112

1- <i>Des sources pour l'analyse à l'échelon national.....</i>	113
2-Analyse et typologie de l'offre culturelle dans les communes du Grand Paris.....	117
A- <i>Création d'une base de données.....</i>	118
B- <i>Le nombre d'équipements relevant du secteur culturel et des loisirs. Le constat de la primatie culturelle parisienne.....</i>	120
C- <i>Une desserte locale inégalement répartie.....</i>	129
D- <i>Cluster culturel et desserte culturelle.....</i>	133
3 – Croiser les approches pour mieux servir l'aménagement.....	135
A- <i>Tentative de typologie des communes selon leur potentiel culturel.....</i>	135
4- <i>Potentiel culturel et mobilités.....</i>	138

FILM DOCUMENTAIRE : PARIS UNDERGROUND: EXPLORING URBAN SCENES140

ETUDES ET CARTOGRAPHIE DE DIMENSIONS141

1. Dimension légitimité.....	142
1.1 <i>Sous-dimension tradition.....</i>	142
1.2. <i>Sous-dimension utilitarisme.....</i>	145
1.3. <i>Sous-dimension expressionnisme.....</i>	146
1.4. <i>Sous-dimension égalitarisme.....</i>	147
1.5 <i>Sous-dimension charisme.....</i>	149
2. Dimension théâtralité.....	150
2.1. <i>Sous-dimension exhibitionnisme.....</i>	150
2.2. <i>Sous-dimension transgression.....</i>	151
2.3. <i>Sous-dimension glamour.....</i>	153

2.4. Sous-dimension formalité	154
2.5. Sous-dimension voisinage.....	155
3. Dimension authenticité.....	156
3.1. Sous-dimension localité.....	156
3.2. Sous-dimension ethnicité	157
3.3. Sous-dimension corporatisme	159
3.4. Sous-dimension image de marque	160
3.5. Sous-dimension étatique.....	161
3.6. Sous-dimension rationalité.....	162
4. Dimensions spatio-temporelles.....	163
4.1 Sous-dimension rythme.....	163
4.2 Sous-dimension taille moyenne des équipements.....	164
4.3 Sous-dimension amplitude horaires.....	165
ETUDES D'AMBIANCES.....	167
Etudes d'Ambiances : Art de Vivre	169
Etudes d'Ambiances : BOBO	173
Etudes d'Ambiances : Underground.....	179
<i>ANNEXE I. UN ECHANTILLON DE CARTES DES EQUIPEMENTS DU PARIS-METROPOLE</i>	185
<i>ANNEXE II. MESURES DES AMBIANCES URBAINES, LE CODAGE.</i>	189
BIBIOGRAPHIE	192

Introduction

Stephen SAWYER

The American University of Paris

Coordinateur du projet « Cartographie culturelle du Paris Métropole »

De janvier 2009 à janvier 2011, notre équipe interdisciplinaire et internationale a mené ses recherches en vue de produire une cartographie culturelle du Paris-Métropole (75, 92, 93, 94). Le rapport qui suit marque l'aboutissement de ce projet. A travers plus d'une cinquantaine de cartes inédites, des analyses qualitatives et quantitatives, ainsi qu'un documentaire, nous sommes heureux de mettre en *scène*, dans le cadre de ce rapport, les principales conclusions de notre projet qui offrent non seulement un point de vue utile et original sur la métropole de Paris aujourd'hui, mais aussi des outils pour comprendre ce que sera le Paris de demain.

Déroulement du projet. Méthode.

Durant la première année, notre équipe s'est donnée comme but de construire une vaste base de données des équipements pouvant concourir à la définition d'une « ambiance urbaine ». Notre équipe d'étudiants en Master d'urbanisme et aménagement à l'Université de Paris 1 a largement contribué à cette première étape. Au départ, nous nous sommes surtout appuyés sur les données de l'INSEE, mais nous avons très rapidement été confrontés aux lacunes de cette base existante qui ne nous permettait pas de répondre avec assez de précision aux questions que nous posions. Ces problèmes étaient principalement de deux types. Premièrement, le niveau d'agrégation des données était trop élevé : presque toutes les données de l'INSEE sont déjà agrégées à l'échelle communale, ce qui ne nous permettait pas de déterminer les limites géographiques d'accès aux équipements. D'autre part, le niveau de précision de cette base de données était insuffisant. La rubrique « restaurant », par exemple, qui couvre toute la gamme allant des restaurants étoilés « Michelin » aux petits traiteurs asiatiques de quartier, est bien trop vaste pour indiquer comment cette catégorie contribue à l'ambiance d'un quartier. Nous nous sommes donc efforcés de pallier ces insuffisances. Pour ce faire, nous avons construit, avec l'aide d'un logiciel « webcrawler » des bases de données innovantes rassemblant des informations jusqu'alors éparpillées sur le *web* (dans les nombreux guides des festivals, les sites des conseils généraux et des mairies, les pages jaunes, etc.). Ces bases de données ont complété les informations déjà existantes et permis une vision globale des différents secteurs de la culture, affinant la perception du terreau culturel dans lequel sont implantés les équipements.

Parallèlement à la construction de nos bases de données, nous avons débuté notre travail cartographique et produit plus d'une cinquantaine de cartes de différents équipements dans le grand Paris, ce qui nous a donné une perspective plus globale sur l'aire métropolitaine et son offre en matière de commerces, équipements culturels et profils socio-économiques (voir Annexe). Ayant préparé les premières cartes et complété notre base de données, nous avons, dans un deuxième temps, analysé ces données grâce au système de codage (voir Annexe 2 : système de codage). L'intégration de ce codage dans les logiciels de cartographie nous a ensuite permis de compléter des tables statistiques, achevant ainsi la deuxième phase de notre travail cartographique. Après avoir cartographié les 18 dimensions qui sont le fondement des ambiances (voir Étude I), nous avons, en combinant les dimensions, réussi à identifier et cartographier, dans un dernier temps, trois ambiances : « Art de Vivre », « Bobo », « Underground » (voir Étude 2).

Les trois types de cartographie ainsi que les bases de données et le codage ont servi de point de départ aux articles et analyses qui suivent. Nos analyses s'orientent principalement autour de trois axes :

1. Analyse de *l'aménagement culturel* dans le Paris Métropole en fonction des ambiances
2. Analyse de *la démocratie métropolitaine* au travers des ambiances
3. Analyse *socio-économique* des ambiances

Conclusions

De ces analyses, nous tirons trois conclusions générales :

1. Partir de l'existant : Le Paris-Métropole est autant à voir qu'à faire

A la base du développement métropolitain, on trouve une volonté et une contrainte : la volonté politique d'aller en avant, de construire, aménager, planifier la ville de demain ne peut s'actualiser sans se fonder sur une connaissance précise du terrain. Un bon diagnostic en dépend. Pour faire le grand Paris, il faut donc commencer par le voir. En offrant une visualisation du terrain, nos analyses mettent en perspective l'actualité de la ville, et vont bien au-delà de ce qui ne serait qu'un arrêt sur image. Ce qui apparaît ainsi, c'est qu'à l'échelle des ambiances, le Paris-Métropole se construit depuis déjà des décennies. Au niveau des pratiques de consommation culturelle des habitants, l'emplacement des commerces, les logiques spatiales et socio-économiques, le Paris-Métropole s'est fait, et se fait au quotidien – il est rare qu'une ambiance ou une dimension respecte les lignes administratives ou la barrière du périphérique. La vision synthétique de l'espace que nous proposons a aussi une dimension diachronique.

Il reste que nous avons toujours besoin de nouveaux moyens pour percevoir ces transformations. Les informations accessibles sur le Paris intra-muros à l'APUR restent une référence inestimable, mais nous n'avons rien de tel pour le Grand Paris. Ce projet cherche à combler ce vide.

2. Polycentricité et polymorphisme : les ambiances culturelles résistent à toute logique centre-périphérie

Malgré les tentatives incessantes de décentraliser la culture depuis le milieu du XX^e siècle, en ce qui concerne les grands équipements culturels, Paris intramuros continue de dominer la région métropolitaine (et le monde). De ce fait, établi, nous voulons faire un point de départ, non un problème à résoudre. Les grands équipements, c'est notre conviction, sont loin de résumer ce que recherchent les franciliens. Ils aspirent aussi, telle est notre hypothèse, à une ambiance, un certain *je ne sais quoi* qui fait que l'on aime un quartier, qu'on le choisit pour l'habiter, pour y sortir. De ce point de vue, le Paris-Métropole ne se structure en rien sur le modèle centre-périphérie ; il est constitué d'une multiplicité d'atmosphères qui suivent les cours d'eau, le tracé de l'histoire, qui s'attachent au profil socio-économique d'un quartier, d'une commune. Loin d'être une cité unie, unifiée sous la « couronne » de la culture dans son centre, Paris se révèle polymorphe, et polycentrique. Des frontières inédites apparaissent quand le Paris-Métropole est envisagé du point de vue des ambiances : une **logique d'archipel**, où la même ambiance fait surface à divers points de la carte ; une **logique fluviale** selon laquelle les cours d'eau se révèlent à nouveau structurants. La distinction **n'est plus nord-sud (rive droite/rive gauche) comme dans le Paris intramuros, mais est-ouest**, ce qui correspond davantage au cours de la Seine et Marne quand on les regarde à l'échelle des quatre départements (tableau ci-dessous). Voir Paris métropole sous l'angle des ambiances, c'est donc désorienter le regard, bouleverser les lieux communs.

3. Développement durable : Le Paris-Métropole est un vivier de niches culturelles qui sont parfois fragiles mais florissantes

Une telle analyse ne prétend pas remettre en cause l'importance des grands équipements, mais elle part du constat que leur construction n'est ni toujours possible, ni toujours enviable du point de vue du vécu des habitants. Le contexte d'austérité fiscale et de défiance politique qui caractérise notre époque ainsi que la modestie qui a longtemps défini l'ère de l'après Montparnasse pourrait être une occasion de découvrir de nouveaux moyens de développement durable, pour nos quartiers et leurs habitants. Reconnaître l'ambiance d'un quartier peut en effet mener à des micro-investissements plus intelligents, des subventions plus ciblées, plus à même d'avoir un impact réel sur le quartier. Dans ce sens, chaque ambiance est une niche écologique, fragile tant dans l'espace que dans le temps. Une ambiance « underground » a une espérance de vie très courte en comparaison d'une ambiance « art de vivre » qui peut caractériser un quartier durant des siècles. Pourtant, qui peut encore imaginer une métropole au XXI^e siècle sans ses quartiers « underground » ou « bobos » ? Une telle ville ne serait-elle pas une ville musée, sans « culture » justement ? Il faut alors pouvoir reconnaître les ambiances et pouvoir agir en fonction.

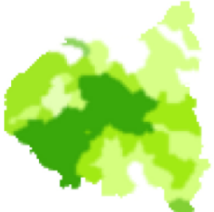
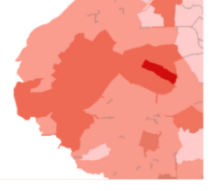
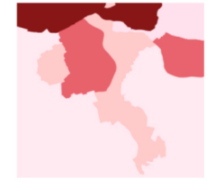
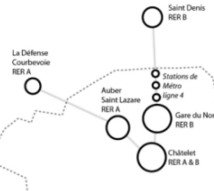
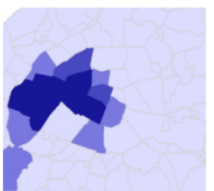
		Exemple 1			Exemple 2		
	Logique de répartition	Figure	Localisation	Aperçu	Figure	Localisation	Aperçu
Continuités	Porosité	Vote Europe écologie	Nord est de Paris - Banlieue et Sud de Paris - Banlieue		Mesure de la transgression	Nord de Paris - Seine Saint Denis et Est de Paris - Seine Saint Denis	
	Axiale	Desserte culturelle	Paris-Versailles		Répartition des caviars et débits de boissons	Abords de la Seine, de la Marne et ligne PLM (ci - contre)	
Discontinuités	Archipel	Fromageries par habitant	Ouest de Paris - Est du Val de Marne - Sud des Hauts de Seine		Vote Cannabis sans frontières	Nord est de Paris, Nord ouest des Hauts de Seine	
	Archipel - Réticulaire	Commerces afro-antillais	Gares RER A et B				
	Exclusion	Restaurants étoilés Michelin	Paris ouest - Paris est		Etablissements sympatisant gays et lesbiens	Paris - Banlieue	
	Doughnut hole / gap	Mesure de l'éthnicité	Grands arrondissements - hypercentre		Boulangeries	Grands arrondissements - hypercentre	

Tableau : Mathias ROUET

Visibilité du projet :

Sensibilisation de la communauté scientifique et politique

Nous avons engagé le projet en organisant, à Paris, au mois de décembre 2008, un colloque réunissant une dizaine de spécialistes en politiques culturelles venus de toute la France. Il s'agissait alors d'introduire la notion d'« ambiance urbaine » à d'autres laboratoires de recherche et ainsi d'amorcer une coopération.

Les liens noués lors de ce colloque nous ont amenés, dans un second temps, à réunir des membres de notre équipe à Grenoble pour présenter l'avancement de nos recherches à l'Observatoire des politiques culturelles. Depuis, l'équipe a participé à des colloques au Canada, en Suède, aux Etats-Unis (à Chicago et à la Nouvelle-Orléans) et ailleurs en France. Le résultat de ces rencontres et de cette recherche conjointe a paru dans les articles ci-joints.

Publications des résultats

Les analyses et études dans ce rapport sont le fruit des rencontres et des interventions de l'année 2009 et de 2010.

Le premier chapitre présente les fondements théoriques de notre recherche, que nous empruntons pour l'essentiel aux travaux d'une équipe de chercheurs dirigée par Terry N. Clark à l'Université de Chicago et Dan Silver à l'Université de Toronto. Cette équipe, à laquelle nous nous sommes associés, élabore depuis cinq ans une théorie des « *scenes* », mot que nous avons choisi de traduire par « *ambiance* ». Le deuxième chapitre propose une brève analyse historique de la notion d'ambiance, qui vient ancrer davantage cette nouvelle théorie dans la géographie urbaine telle qu'elle s'est développée en France. Le troisième chapitre propose un lien entre l'histoire des rues piétonnes, les premières tentatives de construction d'ambiance et les nouveaux « *lifestyle centers* » pour réfléchir à l'histoire de la notion d'ambiance et comment on peut aujourd'hui sortir des tentatives à petite échelle pour essayer de travailler à une échelle plus large. intitulé Le quatrième chapitre « L'affaire Bobigny » se penche sur les conflits suscités par certaines politiques culturelles dans le Paris Métropole. Prenant l'exemple du projet de déplacement d'une salle de la Comédie Française à Bobigny, nous tâchons, à travers une analyse des ambiances urbaines, d'offrir des perspectives pour l'aménagement culturel des métropoles du XXI^e siècle qui prendraient en compte les résistances qu'on a vu émerger lors de ce débat. Le cinquième chapitre, propose une analyse du vote métropolitain lors des élections européennes et régionales, et montre que ce vote est en partie structuré par les éléments d'ambiances. Dans le dernier chapitre nous tentons de comprendre les rapports entre les profils socio-économiques des communes et les ambiances qui s'y trouvent. L'analyse confirme qu'une ambiance est structurée par le niveau socio-économique du quartier, mais ce que révèle notre étude, c'est que contrairement à ce que l'on attendrait, ce sont les lieux qui sembleraient le moins favorisés qui sont le plus riches en ambiances diverses.

Nous proposons enfin, en dernière partie, deux sections intitulées *Études*. Tels des airs destinés à nous faire entendre, et mieux écouter, le terrain métropolitain, tels ces écouteurs qui accompagnent tant de citadins dans leur traversée quotidienne du grand Paris, ces études, nous l'espérons, nous amèneront toujours plus loin dans l'agglomération.

Perspectives :

Nous espérons dans les mois à venir proposer ce rapport pour publication. La publications de certains articles et multiples rencontres ont confirmé l'intérêt et l'utilité de notre étude pour le monde politique et scientifique. A ce jour, nous avons été contacté par d'autres régions et villes en France, alors que, parallèlement, l'équipe internationale menée par Terry Clark commence des analyses du même type en Espagne, au Portugal, au Canada et en Asie.

Nous remercions à nouveau la Mairie de Paris d'avoir soutenu nos travaux et de nous avoir donné l'occasion de partager nos recherches avec la communauté scientifique, et les élus de la capitale.

Chapter 1. A Theory of Scenes

Daniel Silver, Lawrence Rothfield, and Terry N. Clark

1. Analyzing the Urban Cultural Experience

The scenes perspective highlights the aesthetic and ethical imagery embedded in places. The urban scene is a series of performances, an ongoing play of charged meanings. Its language is symbolic, written on amenities that project visions of what makes life full or empty, rich or dull, noble or base, beautiful or ugly, real or fake. This chapter describes the core dimensions of symbolic meaning with which we “read” the urban scenescape. We provide an analysis of what scenes are and how they define the range of cultural experiences available to consumers moving about a city’s streets and strips. In so doing, we also provide a schema of urban cultural experience that permits more precise formulations of how (varieties of) such experience may or may not contribute to urban economic development, community building, or political action and allegiance.

In proposing a theory of scenes, we are intervening in two discussions about the nature and consequence of urban cultural experience. One discussion has taken place in urban policy and planning circles, where cultural experience is primarily tied to economies of “competitive cities” that cater to “knowledge workers” (Asmin and Thrift 2002, pp. 56-62). The other has taken place in urban sociology (broadly construed), where styles of cultural experiences oriented toward authenticity and counter-cultural ideals have been valorized as bulwarks against the forces of rationalization and homogenization.

1a. Cultural experience and economic development

The work of Richard Florida provides the most well-known entrée into this discourse, even if it codifies and summarizes much that preceded it. The basic mechanisms are simple and elegant: economic prosperity in the “new” post-industrial economy is driven by minds not muscles. The means of production are lodged in the heads of those individuals who create new products and styles rather than in the machines that standardize and distribute old ones. The creative class is rising. On this view, it is therefore important to understand how specific urban cultural experiences are produced in specific places in order to understand the factors influencing the location decisions of a certain demographic group. Place has power: it shapes how certain people

join their career decisions to geographic moves. Quality of place, Florida suggests, is the result of a “mix” of three properties: what’s there (the built environment and the natural environment); who’s there (the diverse and stimulating people that make a community interesting); and what’s going on (street life, café culture, arts, etc.) (Florida, 2003, p. 223). A good mix creates a high quality of place that can powerfully determine location decisions. A theoretically informed urban cultural policy, then, should identify what factors combine to create the different cultural “mixes” that specify what is attractive to the creative class.

Other authors writing on the importance of cultural experience in urban policy have highlighted more direct connections between culture and economics. Elizabeth Currid, (2007) for instance, has stressed that some cities are rich with amenities, resulting in a kind of density of experience and interaction in informal settings. Landry (2000) also highlights the bridging function of informal urban settings. A second approach makes the connection between culture and economic growth even more direct, stressing that clusters of such industries are increasingly vital for cities hoping to prosper as the market for cultural goods expands. This approach typically highlights the conditions that permit commercial cultural industries to function efficiently and productively (as in Hesmondhalgh, 2007; Pratt, 2005; Scott, 2000, 2009). Cultural industries are risky endeavors that seek to meet rapidly changing consumer preferences; they rely on part-time, project-based workers, and many interconnected specialized firms. This puts a premium on proximity to the knowledge, supplies, and social networks vital for any given cultural sector (Grodach 2010). To the extent that commercial cultural industries rely on workers who acquire the requisite knowledge, skills, and social networks by participating in local cultural scenes, it will be important to make preserving and expanding such scenes central to a city’s industrial policy. On this view, then, urban cultural experience is not so much instrumental to meeting the consumption preferences of the creative class. Rather, by expanding the labor market of potential cultural workers, it is instrumental to meeting the production needs of the culture industry (Campbell 1987). A third approach to the mechanisms connecting urban cultural experience and urban economic policy highlights artists more specifically than cultural industries. This approach is most associated with the work of Anne Markusen’s “occupational approach” (Markusen, 2004, 2006; Markusen and Schrock, 2006). Artists, Markusen argues, create an “artistic dividend.” Artists themselves, on this view, are the key functional inputs that sustain both cultural industries and cultural consumption opportunities. Because artists are instrumental to the production and consumption of cultural experiences, urban planners should therefore seek to implement policies that support artists: affordable live-work spaces, talent incubators, networking opportunities, and direct financial support (Jackson et al., 2006, Grodach 2009).

As these approaches show, urban policy-and-planning discourse has been dominated by efforts to establish the links between cultural vitality and economic success. Within this subfield, however, some authors instead seek to link urban cultural experience to social success, most often indicated by grassroots community building (Evans, 2001; see also Grogan and Mercer, 1995; McNulty, 2006; Stern 2007). Instead of making the cultural scene instrumental to economic development, this approach makes local arts, culture, and heritage instrumental to neighborhood development. It typically advocates an inclusive planning process that actively involves local residents, hoping to use cultural experiences to bridge divisions of class, ethnicity, and religion. It uses cultural mapping to locate concentrations of non-profit arts organizations, resident artists, and local creative businesses because these groups are supposed to generate high levels of civic involvement and community trust (Stern and Seifert, 2010). This is a picture of urban cultural experience as an engine not only or primarily of economic growth but also of growth in social capital.

1b. Cultural experience as an element of urban social life

Urban sociologists and cultural studies has investigated how cultural consumption practices endogenously sustain alternative forms of exchange and identity. Authors in these discourses have noted that urban communities are increasingly formed around shared tastes (for styles of music, food, clothes, and so on) rather than exclusively on ethnic background or social status (Zukin p. 745). This approach seeks to understand what qualities grant significance and meaning to urban experience and how persons form social groups and boundaries around those qualities.

Jane Jacobs provides a crucial reference point for many of the lines of thought taken up in urban sociology and cultural studies. Jacobs was highly critical of modernist planning practices. She instead favored diversity, spontaneous organic order, and adaptive reuse of heritage and historical buildings. Much work in urban sociology has followed Jacobs' lead in highlighting the importance of urban authenticity. Richard Lloyd's study of Wicker Park in Chicago or David Grazian's investigation of "Blue Chicago" have traced the "search for authenticity in urban blues clubs," following tourists and middle-class urbanites in their search for something thrilling and dark – something real –behind the sterilized and glamourized suburbs and downtown entertainment "fantasy" districts (Hannigan, 1998). Zukin's studies of the Lower East Side and Williamsburg in New York follow groups of young educated hipsters who move into low rent, high crime neighbourhoods in search of grit and grime, open art galleries and cafes as "zones of distinction," only to find their enclaves of authenticity overrun by exclusive chain stores and high-priced condos. These studies build on similar work in the sociology of culture that has

shown how authenticity in country music was “fabricated” (Peterson, 1999) or how Salsa dancers negotiate tensions between authenticity rooted in ethnicity versus authenticity rooted in commitment and skill (Urquia, 2004). Taken as a whole, this line of work demonstrates both the power of authenticity as a category of urban cultural experience and its elusiveness – bohemian authenticity is beset by “constitutive nostalgia,” always just one step too late; urban blues clubs commodify the search for authenticity; musicians favor versions of authenticity that differ from their audiences’, such as tradition or creativity; and hipster pioneers turn whatever they touch into fodder for gentrification.

A second stream of thought about urban cultural experience grows out of studies of underground and youth subcultures, with Birmingham school authors such as Richard Hebdige and Stuart Little. Hebdige’s study of punk subculture highlights the ways in which punk styles of fashion, manners, speech, and music fuse to create a pervasive experience of chaos, providing a rallying point for people and practices marginalized by bourgeois standards of normalcy. This literature has been developed in the European context by Haenfler’s (2006) discussion of straight-edge punk scenes or Hitzler’s (2005) investigation of “Life in Scenes” in Germany, which treats youth cultural scenes as a consequence of the rise of “youth” as a specific phase of the life-course, stressing the function of cultural scenes as localized, typically part-time, voluntary meeting points for the like-minded, often linked to physical places (bars, clubs, cafes, etc.).

A related strand of cultural studies research that treats authenticity as the keynote of urban cultural experience flows from Guy Debord and the situationist tradition. Drawing on the pioneering urban geography of Burgess on zones of social activity and Chombart de Lauwe on the distinctiveness of neighborhood ambiances, Debord defines the city, somewhat poetically, as a “passional terrain” with distinctive “psychogeographical contours.” The concept of cultural experience here is potentially extremely rich, but Debord is ultimately interested not so much in fleshing out the meanings of urban experience as he is in achieving emotional disorientation, via new cultural practices – the “derive”, the happening, and (for our own times), the flash mob -- that draw energy and a sense of liberation by cutting across the currents and vortexes associated with different zones in a city. Authenticity is defined as subversive spontaneity, exploiting “fissures in the urban network”, and the cultural life of a city stems from its potential to generate experiences that break from regularity, to invigorate us with passions we don't recognize.

A fourth stream of work on the cultural experience of cities has been developed by place theorists writing from a generally Heideggerian standpoint, inflected by Benjamin, Simmel, and Lefebvre. This approach focuses on how space is lived, felt, dreamed, remembered, imagined, perceived in the ongoing everyday interactions that produce, reproduce, and transform it. Urban

spaces may distinguish themselves by generating stimulation, excitement, effervescence, but may also stand out because they offer the opportunity for a cultural experience drawing on existential bases of community, belonging, and connectedness. A recent productive line of research in this stream undertaken by Alan Blum and Will Straw has turned to the concept of cultural scenes to elaborate a grammar of the city as a dense, vibrant, yet ordered ecology of cultural experiences. Scenes, as they conceive them, generate performative spaces, arenas where participants can come out of themselves and transgress routinized identities in practices of seeing, being seen, and being seen seeing (Blum, 2003). Yet scenes also provide the “grooves” that affix these theatrical practices and affinities to material space, enabling those affinities to be shared and renewed within slowly unfolding, subtly enforced ethical strictures (Straw, 2002).

One persistent theme throughout each of these strands concerns the political potential of urban cultural experience. In providing practices and assemblies that cultivate moments of non-routinized, non-standardized, experience -- and in critiquing pseudo and fantasy versions of such experience -- urban cultural life seems to offer an emancipatory potential. Urban cultural scenes have been connected with anti-establishment social movements (Leach and Hanss, 2004) and anti-consumerist movements (Slow Food). At the same time, analysts sensitive to the internal and autonomous attractions of life in scenes have worried about political complacency (Straw, 2002), as cultural scenes may channel energy away from revolution and towards “mere” rebellion and transgression in manners and mores. Still, in strong contrast to the urban planning discourse on urban cultural experience, the urban sociology discourse has treated such experience as a potential, if unruly, engine not only of economic growth and community development but also of political action.

1.c. Building on recent research

All these approaches to urban cultural experience -- via urban policy, cultural economics, and cultural studies -- illuminate important facets of that experience. It would be jejune to deny that culture in a city has something to do with amenities, artists and arts organizations, everyday life, neighborhoods, and ritualized resistance to or spontaneous rebellion against the inauthentic. But the relative impermeability of these discourses to each other already indicates that each is, as it were, laying hands only on one part of the elephant, missing something important about the experience they are attempting to grasp theoretically or empirically.

The question for the student of urban life, then, is how can we begin to piece this work together and contribute to it in a robust way that allows for both quantitate and qualitative

analysis as well as comparisons across cities, regions, and nations. Instead of facing this empirical problem squarely, creative-class theorists have tended to trade richness for comparability, focusing rather narrowly on specific types of workers such as artists or software designers. Urban sociologists by contrast have traded ethnographic subtlety for comparability and generalizability. Our work seeks to preserve both. It uses a multi-dimensional analytical schema and a large database of urban amenities to draw conclusions about how cultural experiences vary and combine in different ways and in a way that is sensitive to variation in types and combinations of cultural experience across many locations. It offers a perspective that allows us to look more closely at the elements of the cultural experience embedded in amenities and constellated in particular patterns that join those elements in determinate way.

2. A Theory of Scenes

How, then, can we move beyond theories of urban cultural life that begin, on the one hand, with overly generic conceptions of “creative” or “amenity rich” environments, or, on the other, with overly specific emphases on single dimensions of cultural experience, such as authenticity or transgression? The key, we believe, lies in making two crucial sets of analytical distinctions. First, between cities as constellations of experiential possibilities on the one hand and cities as collections of workplaces or residential places on the other. That is, as scenes as opposed to industrial/occupational clusters or neighborhoods. Second, among the dimensions of experience that make any scene what it is – the array of specific types of theatricality, authenticity, and legitimacy are available in any given place.

2.a. Industrial Clusters vs. Neighborhoods vs. Scenes

This first distinction is implicit in much of the research summarized above, even if it is rarely formalized as such. For wherever analysis begins from the way cities stimulate senses and sensibilities, it also begins by distinguishing different ways of regarding urban spaces. Regarded as a cluster of workplaces, urban spaces are places for production, distribution, employment, organized to produce goods and services by the most efficient technical means. Regarded as clusters of residences, urban spaces are neighborhoods for living, places for taking care of life’s basic needs and services, organized to facilitate such as housing, sustenance, sanitation, child rearing, sleep. Regarded as constellations of amenities, urban spaces are generators of significant experiences, organized to communicate pleasures and enable the sharing of affect and style – they serve up food not so much as “nourishment,” but, as Baudelaire put it, as “an idea.”

It is perhaps because of this implicit analytical distinction among perspectives on urban experience that the concept of “scene” has recommended itself to many researchers. For it usefully picks out that way of inhabiting urban space in which the experiential and affectual mode of connecting to others comes to the fore in contrast to the productive or residential. For a seeker of experiences, what matters are not the dishwashing or bartender or DJ-spinning jobs available at a club, but the nightlife experience connected to the listened-to music played there (jazz or punk); not the mere availability of food or clothing that would make it possible to live in a neighborhood, but the dining experiences connected to the types of foods and restaurants dotting the street (sushi, casual or Michelin rated, for example), the fashion possibilities connected to the style of clothes being sold, resold, and displayed (leather or African print), and more; not the software-engineering skills of the girl or guy you run into at the newsstand, but whether he or she is into samba dancing.

As this last example indicates, the experiential relations among participants in scenes may, at least at the analytical level, vary independently from work and residential relations even if the same individuals are involved. That one values a colleague’s drive at work does not straightaway mean that one welcomes him to hang out at the local cafe or invites him to come out for salsa dancing. Nor do scenes necessarily recognize the value of ascriptive, particularistic ties that stem from kinship and neighborhood relationships: a younger brother deep into the vegan punk scene need not share this interest with his older brother, and within the scene their shared blood or heritage may not bring status to the older brother.

Scenes, then, are structured social practices like those that define the organizations of work and survival, of social production and social reproduction. But the goal, agents, and substance of scenes are distinct from those that define practices of labor and private or domestic consumption.

These are analytical distinctions, and when studying any particular place it is possible to stress one perspective over the other: depending on the types of practices and relationships it promotes, a place can be more or less a scene, more or less a neighborhood, more or less an industrial cluster. Overlaps may generate considerable strains and tensions, and it is not uncommon to find advocates of one perspective reducing the others to their own. This is most true of scenes. From the perspective of work and class, the experiences in scenes are often interpreted as disguised or misrecognized economic activities, aimed at accumulating capital (cultural or social), and thereby promoting or opposing the interests of different classes – for example, elite art scenes for the elite class, mass art for the non-elite, both judged by how they block or support the dominating or emancipatory interests of classes, depending on where one

stands (Bourdieu 1984; Dimaggio 1982). From the perspective of the traditional residential neighborhood, the looser, more transient bonds of taste or shared passion that holds a scene together can seem to offer short-term commitment, shallow friendships and anomie, unlike the deep ties of classic neighborhoods (Wirth 1938; Sennett 1998), or, more hopefully, certain kinds of scene can be taken as extensions of neighborhood, bridging social networks and broadening ties that retain depth. But it is also possible to adopt a view of neighborhood and work that reduces them to secondary or superficial aspects of scenes. From the scene perspective, the job one holds and the place one lives appear driven by the scenes of which they are a part. For instance, Lloyd (2006) shows that in Chicago's Wicker Park scene, "coolness" drives hiring decisions rather than the other way around. Clark (2004) shows that amenities drive location decisions (see also Florida 2002 and Brooks 2000). From the point of view of scenes, even working can provide a stage for expressive behavior, and family is not primordial but voluntary: to paraphrase Mary Poppins, for every job that's to be done, there is an element of fun; and to paraphrase Sly Stone, we are family – or can be in certain kinds of scene. It is no accident that the office and modern family name situation comedies.

A full study of the place of the scene in the broader social system would need to map out the potential interactions between scenes, neighborhoods, and work – not to mention politics, families, and religion. Nevertheless, what is clear is that the concept of scene picks out a distinct aspect of urban life, and that the inner workings of cultural experience in scenes merit study in their own right.

2.b. The Internal Environment of Scenes

Identifying the analytical position occupied by the concept of scene vis-à-vis other core urban concepts, raises a key problem: on its own, the notion of a scene is empty. Yes, it focuses our attention on urban spaces as media for communicating and producing affects, sensibilities, and tastes. But which affects, which sensibilities, which tastes – which experiences? This conceptual emptiness is exacerbated by standard empirical techniques employed by sociologists and cultural policy researchers of scenes, techniques which tend to aggregate all local amenities together into a single "cultural vitality" index or restrict analysis to high/official culture or popular culture at the expense of non-cultural but significant amenities.¹

¹ These compromises have been understandable, as the data to study scenes systematically and comparatively have often simply been unavailable or hard to acquire. This is hardly surprising, given that the cultural sector has traditionally been subdivided: those interested in opera or ballet have not considered restaurants or bookstores, while others exploring football or country music have ignored museums and jazz clubs. Omitting these associated key elements of a scene, however, has meant that past estimates of how amenities have an

But clearly amenities do not offer identical pleasures or incite identical desires. Participating in a gay pride parade may be delightful, though clearly not in the same way that attending the symphony can be delightful. A tattoo and body-piercing parlor does not stoke the same feelings as a modernist art gallery, cathedral or world-class museum. Nor are the experiences offered by even a single amenity reducible to one form of significance. An art museum may connect visitors to great traditions in visual and religious culture. But it may also offer occasion for reveling in the mutual display of glamour at a gala opening, or for delving into scholarly arcane by studying the differences between a Braque and a Picasso, or for sharing the excitement of the mob at a blockbuster exhibition. Moreover, these multiple pleasures associated with visiting the art museum, or with participating in any other cultural activity for that matter, are not necessarily mutually exclusive, despite Oscar Wilde's famous quip that at a large, "vulgar" museum he has tried to visit, "there have been either so many people that I have not been able to see the pictures, which was dreadful, or so many pictures that I have not been able to see the people, which was worse." One can love hanging out at jazz clubs for the pleasure of hearing great improvisation combined with the pleasure of being in the company of fellow jazz fans.

Insofar as scenes may be facilitated by the co-presence of multiple amenities, and insofar as even a scene dominated by a single amenity may be experienced in several ways, then, it is important to attend to the ways in which different combinations of amenities – themselves often capable of enabling various symbolically charged experiences – will define the ambience of different scenes, different landscapes of experience and sensibility. A tattoo piercing, fast food, leather clothing store, and contemporary art gallery specializing in wild installation art all located on the same block suggest a different scene than would the same tattoo parlor paired with a bread shop, hospital, and cafés. The tattoo-piercing parlor remains transgressive, but in each set of amenities that transgressive appeal is coupled with additional attractions – of doing your own thing, for example, eating on the run, getting bread on your way home – by virtue of which the meaning of the whole scene changes.

The experiential order of a city, that is, has its own internal differentiations. To analyze it we need some way to divide up its terrain.

2.c. Dimensions of Cultural Experience

To move beyond the helpful but only partial findings about the cultural experiences that constitute scenes, we need to step back from particular cases and from particular classes of

impact on urban development have been misspecified, statistically biased by omission of key variables.

amenities or scenes, and ask what cultural theory tells us about the varieties of cultural experience. What we seek, ultimately, is a matrix codifying crucial dimensions of significant experience that can be used for classifying the range of cultural meanings articulated in sets of amenities.

2.c.i. From expressive action to expressive places

That is a tall order. But to assist us, we can draw on several key distinctions in social and cultural theory. Perhaps most crucial is the notion of “expressive action.” This is the idea that “significant experiences” comprising scenes are not exercises in strategic calculation directed toward accomplishing some external goal, nor are they the result of some form of coercion to conform to normative scripts. Acting expressively, by contrast, means that the action communicates and consummates the attitude a situation elicits from a self. As John Dewey puts it, “The act that expresses welcome uses the smile, the outreached hand, the lighting up of the face as media, not consciously but because they have become organic means of communicating delight upon meeting a valued friend” (*Art as Experience*, p. 66). Similarly, dancing to disco music expresses the importance of celebratory joy; displaying body piercing embodies the value of transgressing and disorienting normality; performing and appreciating blues done in the traditional way realizes in practice the continuity between past and present. Expressive action, that is to say, is symbolic in nature – it uses symbols for expressing forms of meaningfulness – and the symbolic substance or stuff that is being affected is first and foremost personal. What matters, after all, is what the experience means or feels like for me. Cultural experience is in that sense self-ish: it is about the valuing and evaluating of aspects of the self.

A theory of scenes transposes the notion of expression from action to place. Accordingly, a theory of scenes treats places as not only locations in which to live or work but as structured fields for expressing some style of life, making some declaration about what endows life with meaning and importance. This means starting from the proposition that places are never merely neutral but already come coded according to symbols designating what valuable experiences consist in. Merleau-Ponty’s statement is apt: “The things of the world are not simply neutral objects which stand before us for our contemplation. Each one of them symbolizes or recalls a particular way of behaving, provoking in us reactions which are either favorable or unfavorable. This is why people’s tastes, character, and the attitude they adopt to the world and to particular things can be deciphered from the objects with which they choose to surround themselves, their preferences for certain colors or the places where they like to go for walks.” As an individual’s “tastes, character, and attitude toward the world” may be deciphered from those objects she has chosen to surround herself with, including objects she seeks out when she goes for a walk, so too

may the attitude of a place toward the world be deciphered from the amenities it gathers together for the walker. If we think of a scene as the summation of the stances on the world in a given place, asking what modes of expression are promoted by the amenities in that place is another way of asking what kind of scene is there.

2.c.ii. Dimensions of expressive places

The domain of expressive action is clearly wider than the domain of scenes. Many expressive activities do not occur in scenes but alone. Think, for example, of the quintessential Romantic image of the writer holed up in his or her garret wrestling with sentences. But it is easy to see how a simple change of locale changes the meaning of that writer's activity. Jean-Paul Sartre's 195X observation is apt: In New York there are many writers but no writing scene; in Paris there are writers and a writing scene. Without ongoing quasi-public places for lovers of reading and writing to gather, communicate, and consummate that love, without a café at which writers could simply watch each other writing and be watched as they wrote, New York in that particular moment lacked a literary scene. (Or at least Sartre couldn't find it). Sartre's point was that a scene makes expressive action into a social activity, a back and forth that involves the coordination or cooperation or at the very least the awareness of the presence of others.

This observation about the sociality of expressive action in scenes is crucial for developing a theory of scenes. For it suggests that even if cultural experience is always in some way the expression of an attitude or aspect of the self, when the experience is scenic it involves more than the self by itself. What, then, does cultural and social theory tell us about the modes in which expression can occur with others? We identify three broad dimensions of scenes, each of which, in different ways, permit –or to be more precise, require – expressive action to be publically shared: **theatricality**, or the social dramatics of seeing and being seen; **authenticity**, or the quest for some “source of the self” deeper than personal choice; **legitimacy**, or the accepted bases of collective authority.

Scenes, we suggest, derive their meaning by expressing some determinate constellation of irreducibly social responses to the question of what makes action (feel) dramatic, real, and right.

Theatricality

The first dimension of life in scenes involves those meanings and pleasures connected to what, following Erving Goffman and many others, we will call *theatricality*. As one might expect given the word “scene,” urban cultural experiences are often intensely theatrical, whether one thinks of Barcelonans making the passeggiatta, twenty-somethings checking each other out at

singles bars, or a furtive glance in the Paris metro. All of these are, in a sense, performances. Although any and all senses may be involved, theatricality is most often and easily understood in visual terms, as a game of exposure, display, or exhibition. Seeing others, and being seen by them; seeing others without being seen by them; showing oneself to unseen or seen others; recognizing and being recognized (or, on the contrary, masking or otherwise evading recognition): all these are modalities of theatricality, all these transform cultural experience into a shareable, joint activity.

Charles Taylor's notion of a "space of fashion" comes very close to what we have in mind with the term theatricality. For Taylor, the space of fashion, together with the economy, the public sphere, and the sovereign people, is one of the great "horizontal" forms of modern social imaginaries that allow large numbers of persons to imagine themselves as somehow acting simultaneously (2007: 481). In the space of fashion, actions relate to one another in a particular way: "I wear my own kind of hat, but in doing so I am displaying my style to all of you, and in this, I am responding to your self-display, even as you respond to mine" (2007: 481). These sorts of spaces, Taylor suggests,

become more and more important in modern urban society, where large numbers of people rub shoulders, unknown to another...yet affecting each other...As against the everyday rush to work in the Metro, where the others can sink to the status of obstacles I my way, city life has developed other ways of being-with, for instance, as we each take our Sunday walk in the park; or as we mingle at the summer street-festival ²

The general structure of the space of fashion, Taylor argues, is "simultaneous mutual presence" oriented around "mutual display" rather than common action – when we check one another out from across the restaurant, we are not "getting something done" but rather showing our style to one another. What is shared in such mutual display is "not so much an action, as an emotion, a powerful common feeling." The theatricality of the scene, that is to say, is that aspect of the scene that defines forms of circulating and sharing a common affect through creating spaces of mutual display, spaces of fashion.

That said, however, it is not clear that scenes are theatrical in the same way – or put another way, that they promote the same performative values. Standing on the red carpet at Cannes ogling the stars going by is a very different experience from watching along with other parents as your children perform in a school play. The pleasures associated with watching a performance

² Taylor, 2007, (481).

artist pierce his skin are quite obviously different from the pleasures associated with jumping on a raised platform to dance before a heaving crowd during a rave. And attending the opera in white tie and tails is quite obviously different from any of these experiences.

The term "theatricality," then, is not adequate in itself, but requires conceptual elaboration to take account of such differences. To be sure, participants in a scene may make generic statements that one style is more appropriately theatrical than another. But if as urban analysts we want to understand where and why we find one form of theatricality valued in a scene rather than another we need to discriminate among multiple sub-types of theatricality. As we have already noted, Blum and others identify one particular dimension of theatricality, *transgression*. Blum adds that scenes can also serve as occasions for exhibitionistic display. *Exhibitionism* certainly seems at work in our example of the rave dancer or of weightlifters at the Club Med, where a body is on display as an object to be viewed. And transgressive theatricality is affirmed in the self-violation displayed by the performance artist's self-piercing, where meaning is generated by the transgression of conventional styles of comportment and self-presentation. But what of the school play, the opera, or Cannes? The former seems hardly a matter of exhibitionism and certainly not of transgression; the pleasure of the operagoer seems less about flaunting than about observing decorum; and the star-gazers at Cannes enjoy seeing Johnny Depp stroll by even when he pays the crowd no heed.

To take account of these other distinct kinds of theatricality at work in scenes, we suggest adding three additional affective sub-dimensions of theatricality to those of transgression and exhibition. First, a scene may cherish or relish the *formality* in mutual display, or to be precise given this kind of experience, of the "occasion". The ballet, dinner theatre, or exclusive nightclub, or the Derby, or even the Goth soirée, lay stress on following the form, conforming to the code, whether of etiquette, dress, or manners. They create a space in which one can revel in knowing *just the right way* to lift one's fork, *just the right way* to sip one's soup, *just the right way* to address one's companions.

Second, as the school play example makes clear, an experience that is neither transgressive nor exhibitionistic nor formal can be highly theatrical if it offers participants the opportunity for what we call "neighborliness": the sense of being part of a community of caring others, of camaraderie. One finds this, if one wishes to, in the ambience at street fairs, in cafés or pedestrian streets, county fairs and festivals, in the stands at amateur soccer games or in reading clubs. The neighborly scene is one full of amenities affirming a mood in which it is good to behave as if "everybody knows your name," emphasizing intimacy and warmth in styles of appearance.

Third, as in the case of the film opening, a scene may value a style of theatricality that is neither transgressive nor exhibitionistic nor formal nor neighborly but rather (or in addition) *glamorous*. A glamorous scene is one that offers participants the opportunity to be in the presence of dazzling, shimmering, mysterious but seductive personae, perfectly fashioned, like me but more than me – me as more than me, or me imagined purified of the merely material aspects of existence:

The word originally meant a literal magic spell, which made the viewer see something that wasn't there. In its modern, metaphorical form, glamour usually begins with a stylized image—visual or mental—of a person, an object, an event, or a setting. The image is not entirely false, but it is misleading. Its allure depends on obscuring or ignoring some details while heightening others. We see the dance but not the rehearsals, the stiletto heels but not the blisters, the skyline but not the dirty streets, the sports car but not the gas pump. To sustain the illusion, glamour requires an element of mystery. It is not transparent or opaque but translucent, inviting just enough familiarity to engage the imagination and trigger the viewer's own fantasies.³

Glamour need not defy conventions nor make the body itself into a consumer object; rather, the glamorous scene, as literary scholar Judith Brown puts it, raises audiences above “the multiple indignities of life on the ground” to the “coolly aloof and beautifully coiffed” world of Hollywood fashion photography, in which, “transfixed, one gazes at a world of possibility that is foreclosed, inaccessible, yet endlessly alluring.” One may find this form of theatricality stressed in places like the film opening, the gala exhibition, the paparazzi-surrounded night club, the fashion show, the beauty salon, the entertainment magazine, and the film studio.

Authenticity

There must, however, be more to urban cultural experience than the theatrical pleasures of ogling the glamorous, discussing with neighbors, attending a formal affair, letting it all hang out, or breaking the taboo. As the term “theatrical” itself, with all its baggage of posing, role-playing, and the fictive already implies, all of these activities may be seen as somehow lacking in something essential, something real – as being about the self rather than the soul, about appearance rather than being. Such anti-theatrical thinking has an ancient genealogy going back to Plato, and operates as a more or less quite assumption in some of the best sociological studies

³ Virginia Postrel, <http://www.weeklystandard.com/articles/power-persuade?page=1>. On the affectual

of urban life. Our concern here, however, is not to either join in the critique of what Debord calls the “society of the spectacle,” on one hand, in which what passes for authenticity is “manufactured and invented,” “fabricated,” or “commodified”,⁴ or on the other to deplore what Jonas Barish has called an “anti-theatrical prejudice,”⁵ but to simply note that the discourse of theatricality does not bring into focus a quite distinct dimension of cultural experience that goes under the name of “authenticity.”

One difficulty in trying to talk about authenticity as a component of urban cultural experience -- that is, as a component of scenes -- is that authenticity as an ontological category does not seem to require the presence of others. Heidegger’s famous (or infamous) envisioning of the peasant woman trudging along in “the loneliness of the field-path as evening falls” feeling “wordless joy” or “uncomplaining worry” is only the most egregious example of a tradition of authenticity-talk privileging nature rather than the social as providing a world and a ground for the soul.⁶ Yet we know that urban culture offers *social* sources for authenticity, pleasures associated with coming in touch with, or being in the presence of, the real. Authenticity can be in play, for instance, when you stand at the 14th of July parade on the Champs Elysées and look toward the street and then the sky; when you participate in a second line funeral procession or a wedding in your village; when you attend a lecture at a university or a booksigning at the local independent bookstore; when you eat a steak tartare while watching the lights go off on the Eiffel Tower, or when you drink a wine with terroir; even when you enjoy the experience of rushing to work with a Starbucks latte to go.

The dominant feeling associated with these sorts of experiences is not of the pleasure taken in playing a role or watching others play a role. And it is certainly true that for some authentic scenes, appearances are unimportant: “it doesn’t matter what you wear, just as long as you are there,” as the song says. That is not to say that cultural experiences steeped in authenticity cannot also offer theatrical pleasures: before it closed a few years ago, CBGB’s was a place to go both as a Mecca for those who wanted to be where punk was born and as the scene where one could enjoy highly theatrical performances. But the feeling of authenticity is in a different register, most often described as a sense of joy or bliss felt in finding (or losing) oneself connected to something sublime transcending self.

⁴ See Debord, *The Society of the Spectacle* (1967); Richard A. Peterson, *Creating Country Music: Fabricating Authenticity* (Chicago: University of Chicago Press, 1999); David Grazian, *Blue Chicago: The Search for Authenticity in Urban Blues Clubs* (Chicago: University of Chicago Press, 2005),

⁵ See Jonas Barish, *The Anti-Theatrical Prejudice* (Berkeley: University of California Press, 1985). Michael Fried, *Absorption and Theatricality: Painting and the Beholder in the Age of Diderot*

⁶ Martin Heidegger, “The Origin of the Work of Art,” in *Basic Writings*, ed. David Krell (London: Harper, 2008), p. 159.

That something is nonetheless social, as is clear from the frequent identification of it as one or another form of community: the tribe, or the people united, or native New Yorkers, or Coke drinkers the world over singing in perfect harmony, or other Kantian rational beings.

As the very disparate array of examples of authenticity we have offered implies, authenticity comes in different varieties, just as theatricality does. The easiest one to grasp is what we call *ethnic* authenticity, the sense of being connected to a people, a tribe, an ethnic group or race through a cultural experience that is quintessential: the kind of experience aimed at by roots music, by kosher or halal restaurants, by St. Patrick's Day. A second kind of authenticity, often tied in to ethnic authenticity but analytically distinguishable from it, derives from the sense of place, of the *local*: the sense that only here can I have this feeling, get the local flavor.

While the ethnic and the local provide the most recognizable social equivalents to what Heidegger refers to as "world" and "earth", we can identify three other modes of social authenticity. First, we can savor authenticity in experiences that connect us to the *state*: those who trek to air and water shows, make visits to the Elysée palace, the National Assembly or the public library, sing along to the Marseillaise, have all come to look for France. *Corporate* brands offer a second distinct kind of authenticity: Johnny Haliday performing the same songs they've been doing for decades, the Royal with Cheese all feed a hunger for the real thing understood as repeatable, reliable, and incomparable, at least to those loyal to the brand. Last but not least, authenticity may inhere in shared cultural experiences of being "in the true," in rational or intellectual authenticity⁷: the kind of pleasure one attains in attending a lecture, for instance, or participating in a reading group, while scorning intellectual frauds who do not think for themselves..

Legitimacy

Having identified five kinds of theatrical experience and five kinds of authentic experience, we already have a rich array of elements that combine to give different scenes their flavor. Some shared cultural experiences are driven by the pleasures of seeing and being seen while others emphasize the pleasures of being (or at least feeling oneself to be in the presence of the) real. But neither of these pleasures captures what is meant when we say that someone is "into" heavy-metal or soccer or bocce ball, or the feeling of being carried or swept or blown away by the power of a Jimi Hendrix or Maria Callas, or why some people greatly prefer discos where the imperative is "Everybody dance now!" to other clubs in which the better dancers drive the worse

⁷ See Foucault, "The Order of Discourse"; Georges Canguilhem, *The Normal and the Pathological*.

ones off the floor, or why some people live for the moments of magical inventiveness that are the essence of improv comedy or jazz.

In all these otherwise disparate cultural experiences, the common denominator is a pleasure associated with ethical agency, power, and commitment: the sense that one is doing the right thing (or at least something that just feels deeply right). To an outsider, this sense of urgency may translate as an overbearing or oppressive attitude: the self-righteousness associated with fashionistas or the organic-only crowd can be difficult to swallow. Indeed, it is easy to pillory as “bourgeois bohemians” those who make lifestyle a domain for exercising virtues, whether these virtues are found in volunteering or in mastering the bonebreaking urban acrobatics of yoga. One can respond by trying to delegitimize what passes for virtue here, noting, as David Brooks does (building on a position laid out by Alan Ehrenhalt), that “these people talk about tradition, roots, and community, but they are just paying lip service to those virtues. When push comes to shove, they always choose personal choice over other commitments.”⁸ One can equally disparage the virtues associated with hunting and fishing fanatics or the scouts.

Accusations of inauthenticity, however, miss the point here, since from the inside what counts is not the *reality* of ethically charged cultural experience but its moral authority for the participant, what we will call, following Weber, its legitimacy. Legitimacy and authenticity are autonomous registers of social experience. Thus it is entirely possible for one to be engaged in an activity that has nothing much to do with authenticity at all and yet to feel deep pleasure connected to the commitment one makes to the activity. Conversely, one can enjoy being part of a scene rich in authenticity without necessarily finding in it much opportunity for ethical approval. One may admire an Italian café for its authenticity while ethically disapproving of how it acquires its coffee beans.

The same point holds for the difference between legitimacy and theatricality. It is entirely possible for a cultural scene to be intensely focused on seeing and being seen without that interest being tied to an ethical project: “Saturday night fever” is not normally a life-changing experience, and glamour in a movie star certainly need not translate into charisma in the Weberian sense. On the other hand, it is possible for strongly theatrical experiences to in addition involve fundamental self-transformation. The archetypal example of this is Augustine’s account in the *Confessions* of how his friend Alypius, dragged unwillingly to the gladiatorial games, was converted into a fanatic follower of blood sports:

For so soon as he saw that blood, he therewith drunk down savageness; nor turned away, but fixed his eye, drinking in frenzy, unawares, and was delighted with that guilty fight, and

⁸ Brooks, *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There* (New York: Simon and Schuster, 2001), 245.

intoxicated with the bloody pastime. Nor was he now the man he came, but one of the throng he came unto, yea, a true associate of theirs that brought him thither. Why say more? He beheld, shouted, kindled, carried thence with him the madness which should goad him to return not only with them who first drew him thither, but also before them, yea and to draw in others.

Augustine's obvious disapproval of the performative effects attending this particular spectacle does not blind him to the insight that some cultural scenes are more dangerous than mere spectacle, because, like Christianity, they can incite and organize passions, turn individuals not just into members of a mob but into proselytizers for the cultural activity they espouse.⁹

As these examples make clear, legitimacy comes in as many different flavors as do theatricality and authenticity. The scary intensity of the soccer hooligan descendants of Alypius, so memorably described by Bill Buford, is lightyears from the self-righteous pleasure of vegans share, which differs in turn from the spirit that animates the volunteers at the weekly church event. Clearly some further specification is needed. As we did with authenticity and theatricality, we disaggregate legitimacy into sub-types. It may involve *traditionalistic* commitment to carrying forward an ancestral heritage and passing on the wisdom of generations; or submission to the exceptional personality of *charismatic* individuals; or an *egalitarian* zeal to see the rules applied equally to all.

Readers will recognize here versions of the classic categories elucidated by Max Weber. The Weberian typology, however, doesn't account for other cultural experiences that involve commitment and devotion: drag racing and ballet school, for instance, or the painstaking customization of low-riders in LA, or the DIY ethos of raves and flash-mobs. To take account of the legitimacy associated with such experiences as these, we supplement charisma, tradition, and egalitarianism with two additional categories. First, an experience may engage the self in a project to become more perfect. Here it is a matter of training, disciplining, testing, and improving oneself, and the activity itself is embraced because it is useful to that end. This *utilitarian* ethos is obvious amongst runners, in the pleasing efficiency of well-run fast-food restaurants or Big Box stores, in the circulation of CD's promising that listening to Mozart enhances childrens' mental development. Second, and in some ways antithetical to the utilitarian ethic, is what we call *self-expressive* legitimacy. Here as well, the focus is on doing the thing right, but what qualifies as right is what one cannot achieve simply by training: originality, doing what no one else has done:

⁹ See Lawrence Rothfield, "Autobiography and Perspective in the *Confessions* of Saint Augustine," *Comparative Literature*, 33, no. 3, (Summer 1981): 209-223.

a solo by Coltrane, the flash of wit at a party, a quirky independent bookstore, an improv comedy club, all share this valued sense of rightness in self-expression.

We selected these categories of theatricality, authenticity, and legitimacy by surveying academic case studies, works of aesthetic and cultural theory, and media reports, looking for key and recurrent themes. We do not suggest that they constitute a closed system, but rather point to their analytic utility for comparative analysis of scenes. Still, these categories seem to express an underlying yet open logic of the types of cultural performance available in scenes.

Consider the theatricality dimensions. They suggest a performative logic of external-internal and convention-deviance. There is first what could be thought of as the empty, raw display of self as an object to be viewed: the exhibitionism of “look at me!”. The remaining categories provide determinate orientation as to what should be looked at. Mutual display can be defined according to conventional forms, as in formal theatricality, or deviation from such forms, as in transgressive theatricality. And mutual display can be defined as expression of inner warmth and communion, as in neighborly theatricality, or outer, surface sheen, as in glamorous theatricality.

The legitimacy dimensions by contrast congeal around a spatio-temporal logics. Temporally, tradition orients one toward the authority of the *past* (as in classicism), charisma toward the auratic *presence* of a star performer, utility toward the value of *future* outcomes (as in, say, benefit concerts). Spatially, egalitarian legitimacy orients one toward global ideals (as in the wide-reaching moralism of fair trade coffee) while individual self-expression toward personal adaptiveness to particular situations (the non-repeatable uniqueness of an improvised solo or encounter).

The authenticity dimensions represent instead something like a generalizing logic. They expand in scope from the most particular to the most expansively shareable sources of “the real.” Starting from the narrow and particularistic authenticity of the local contra the foreign, the span of each dimension moves outward. Getting in touch with a “real” rooted in state citizenship references authenticity to a trans-local community, while trans-national ethnic and corporate sources of authenticity extend wider still. An ethnicity or a name brand can make a claim to authenticity in any country. And there is in principle no limit to the scope of reason. The intellect, as Kant and Hegel argued, offers an underlying reality in which anybody from anywhere on or even beyond the planet can potentially find his or her genuine self.

We believe that these three dimensions – theatricality, authenticity, and legitimacy – provide a grammar of life in scenes. This conceptual structure allows us to recognize specific empirical scenes as combinations of the dimensions we have derived from the concept of a scene. Areas that offer amenities promoting this combination of values could be identified and contrasted with collections of amenities that promote a sense of neighborly theatricality, traditional legitimacy, and local authenticity – a communitarian scene. Our conceptual apparatus thus makes it possible to compare the values promoted by different collections of amenities across a given territory and to find patterns and differences that might not be readily apparent by simply counting amenities – several amenities can reveal the same value, just as one amenity can reveal several values.

Chapter 2. Une histoire d'ambiance. Bref historique du concept d'ambiance urbaine

Adèle Raby

Au début des années 1900, l'ambiance urbaine avait une existence marginale et était classée parmi les données climatiques. On parlait alors plutôt d'atmosphère de la ville, ce qui traduisait une certaine expérience de la ville. L'époque contemporaine a permis, par la relation qui lie les villes et les pratiques urbaines, de mettre en avant une analyse sensorielle dans un espace concret. Le concept d'ambiance urbaine est né de la qualification de l'analyse culturelle et des pratiques dans le paysage urbain. Ainsi l'approche des ambiances relève-t-elle du champ sociologique urbain et du champ architectural.

Le concept d'ambiance urbaine est apparu pendant la période du renouvellement urbain dans les années 1960-1970. L'expansion des villes qui s'est traduite par un grand nombre d'aménagements, a donné lieu à un développement du paysage urbain. L'analyse du paysage fait partie de l'analyse des géographes¹³. En 1960, cette analyse s'est focalisée sur la comparaison entre paysage rural et paysage urbain. Le paysage urbain crée une rupture dans les paysages avec l'utilisation de nouveaux matériaux et d'une nouvelle architecture. Le développement de la notion de paysage urbain est engendré par la mutation que subit l'espace.

En effet, l'urbanisation provoque un problème conjoncturel dans la mesure où autrefois le paysage urbain était représentatif de plusieurs décennies, voire plusieurs siècles (fermes familiales...) et qu'à présent, il représente un paysage en construction où les habitations cohabitent avec une ville inachevée. Pierre Georges est un des premiers géographes à avoir décrit les éléments qui personnifient le paysage urbain¹⁴. Dans la décennie 60-70, le géographe tente de clarifier la structure des villes en élaborant de minutieuses descriptions des lieux et des infrastructures sans pour autant les évaluer. Il met l'accent sur l'évolution des phases de standardisation, la monotonie du paysage et les immeubles en série.

En 1970, l'analyse du paysage urbain prend ses distances avec la simple description et la comparaison des différents paysages et commence à étudier le paysage perçu et vécu. Les géographes commencent à s'intéresser aux différentes parties du paysage urbain et à leur

spécificité. Naissent alors, deux nouveaux champs d'analyse, celui de la relation entre paysage du quotidien, tourisme et visite, et celui de la mobilité intra-urbaine. En effet, les relations qui lient l'homme à la ville, et plus largement l'individu au paysage, caractérisent du paysage urbain. Du fait de la densité de la composition de ce paysage, les individus sont amenés à changer de perception de l'espace au et à mesure de leurs déplacements. Cette différenciation des parties qui fonde le paysage urbain permet de faire naître petit à petit la notion d'ambiance urbaine. En effet, avec l'essor de l'automobile, le paysage urbain se constitue dans une logique de mobilité aussi bien pour les piétons que pour les voitures. On a donc apparition de deux espaces différenciés, les trottoirs et les chaussées. Pierre George montre, en étudiant la répartition des voies de circulation, que la mobilité intra-urbaine découpe l'espace urbain à différentes échelles. D'un côté, « la circulation générale à l'échelle de l'organisme urbain » où la circulation est abondante et omniprésente et, de l'autre, la « circulation locale à l'échelle du quartier » où des périmètres piétons ont été définis. Pierre George annonce qu'« on obtient une certaine détente de la vie dans les quartiers d'habitations ». Il compare alors deux parties du paysage urbain par l'intermédiaire de son perçu et de son vécu, pour ensuite évaluer son ressenti, qui se traduit par une sensation à partir de laquelle il qualifie l'endroit. De là, la naissance des ambiances urbaines. A partir de ce moment, les géographes passent par un mode d'analyse de partition de l'espace pour expliquer la composition du paysage urbain. Pierre George analyse « la ville du quotidien avec l'accessibilité et la qualification des espaces par leurs pratiques. »¹⁵ Par exemple, la fontaine Saint Michel à Paris, dans l'esprit des riverains, est perçue comme le lieu de rendez-vous du quartier et non plus comme l'habillage du mur pignon mis à nu par les aménagements du baron Haussmann.

A l'opposé des années 1960, où le paysage urbain était vu comme un tout dont la description des parties n'était que secondaire, les années 1970 marquent une rupture dans l'analyse géographique dans la mesure où le phénomène s'inverse, les parties du paysage urbain sont étudiées pour décrire un tout. La description est toujours présente mais s'y ajoute une phase d'évaluation qui constitue les parties du paysage urbain en élément fondateur des perceptions de celui-ci. Les différentes activités d'un lieu deviennent partie prenante de la base paysagère. L'évolution qui a marqué les deux décennies de l'analyse du paysage urbain 1960-1970 peut être articulée en cinq phases distinctes : Tout d'abord les géographes vont se baser sur une opposition entre les parties réelles et les parties imaginaires. Le paysage est analysé par l'absence de parties. Ensuite, le paysage urbain va être analysé comme un tout dont on étudie par la suite les parties qui le composent. Dans un troisième temps, la description du paysage urbain va reposer sur une analyse

de la base paysagère avec des ajouts qui constituent le paysage vécu (Arrault, 2006). La notion de perçu et de vécu se met alors en place. S'en suit une analyse reposant sur la relation qui lie le tout aux parties. Pour finir, les géographes étudient les parties pour décrire un tout et passer à une phase d'évaluation de ce tout. Depuis les années 1970, l'étude des ambiances urbaines a été clairement identifiée par les écoles d'architecture. La volonté de mieux comprendre et de mieux mesurer les espaces urbains perçus et vécus permet alors de mieux cibler les politiques d'aménagement du territoire. Les études menées sur le concept d'ambiance urbaine regroupent essentiellement les architectes, les ingénieurs et les géographes. La figure 2 présente une synthèse de l'évolution du concept d'ambiance urbaine depuis le début du XXème siècle.

« Puiser tel mot dans le corps lexical général de la langue, c'est déjà orienter de telle façon l'organisation du savoir et ses principes » [Labussiere, 2009]. La prise en compte dans un premier temps de la définition générale d'un mot permet de comprendre la façon dont celui-ci est utilisé dans le langage courant. La langue permet de définir le monde qui nous entoure mais aussi d'accroître nos connaissances et notre savoir. Ce monde n'a pas de sens sans les concepts qui le désignent. Pour définir un concept, il est donc important tout d'abord de comprendre sa définition générale pour ensuite mieux interpréter ses champs d'attribution.

Pour définir et analyser le concept d'ambiance urbaine, il est nécessaire de rappeler la définition des mots ambiance et urbain dans le langage courant. Du latin *ambire* (entourer) l'ambiance est définie par Le Robert comme une « atmosphère matérielle qui environne une personne », par le dictionnaire en ligne *l'internaute* comme « une atmosphère d'un lieu, d'une réunion, entrain, gaieté d'un groupe de personnes », par l'encyclopédie *universalis* comme « le climat d'un lieu, d'une salle, contexte, ou ce qui caractérise un environnement donné ». Du latin *urbanus* (habitant de la ville) urbain signifie : relatif à la ville et s'oppose à rural.

Professeur à l'école d'architecture de Grenoble, laquelle s'est intéressée à l'étude des ambiances architecturales et urbaines, Jean-François Augoyard, tente de définir avec précision le concept d'ambiance, le concept d'ambiance urbaine n'étant qu'une partie du concept d'ambiance appliqué à la ville. Pour définir ce concept, il propose en partant des trois types de définition, existante, différentielle ou relative, formelle et génétique ou dynamique, de comprendre tous les champs d'action d'une ambiance pour faire ressortir le contexte global de l'utilisation de ce concept dans le réel. Tout d'abord, il s'intéresse à la définition différentielle ou relative qui permet de définir un mot par sa structure, ses relations et son analogie avec les mots du champ lexical. Dans les

définitions du mot *ambiance*, les noms *atmosphère*, *climat*, *milieu* et *environnement* sont les synonymes les plus pertinents et les plus évocateurs. L'étude des relations entre ces mots du même champ lexical lui permet de dresser l'organigramme suivant (figure 3). En partant de cette structure des différents noms communs qui définissent le sens d'*ambiance*, il différencie quatre dimensions de qualifications des renvois analogiques. L'environnement agit sur l'*ambiance* (dimension causale), une *ambiance* entretient des relations aussi bien de causalités réciproques que d'effets induits avec le milieu, l'*atmosphère* et le *climat* (dimension interactionnelle), une *ambiance* va influencer l'organisation d'un paysage et sa situation (dimension organisationnelle), et enfin, une *ambiance* va planter un décor, un cadre (dimension sémantique et représentative).

Ensuite, Jean-François Augoyard s'intéresse à la définition formelle du mot *ambiance* laquelle permet de classer tous les attributs qui qualifient le concept. Il définit l'*ambiance* comme « un ensemble de phénomènes localisés [...] qui répond à quatre caractères : les signaux physiques de la situation sont repérables et décomposables, ces signaux interagissent avec la perception, l'affectivité et l'action des sujets, les représentations sociales et culturelles, ces phénomènes composent une organisation spatiale construite et le complexe signaux/ percepts/représentation est exprimable. » Dans cette définition de l'*ambiance*, la dimension physique mais aussi humaine sont mises en avant. Une *ambiance* se caractérise d'une part par des traits physiques, des éléments palpables et réels et, d'autre part par une vision subjective et collective d'un lieu, qui fait référence à une expérience sensorielle. Cependant, alors que l'on partage des expériences sensibles, paradoxalement, une *ambiance* échappe à toute définition formelle dans la mesure où celle-ci se vit au singulier par l'expérience de nos sens. Il est donc plus juste dans sa définition formelle de dire que les espaces diffèrent les uns des autres par les mots qu'ils font surgir en nous pour qualifier des ambiances. La représentation des ambiances manifeste pour l'individu sa perception propre des lieux, qui vient cependant trouver dans le langage des imaginaires culturels, donc collectifs.

Pour finir, Jean-François Augoyard s'intéresse à la définition génétique ou dynamique, c'est-à-dire ce qui produit une *ambiance*, l'essence même de la création de celle-ci. Pour qu'une *ambiance* existe, deux conditions sont nécessaires. Un espace donné, pas forcément délimité, composé d'éléments distincts, et un contexte spatio-temporel, social et culturel caractérisé. « Une *ambiance* architecturale ou urbaine est engendrée par un dispositif technique, le résultat d'une production experte et, par une impression ou organisation perceptive composée d'éléments sensibles et cognitifs. »

L'ambiance est donc une perception immédiate d'un lieu à partir de l'ensemble des phénomènes physiques qui participent à la perception sensible de l'environnement construit. Gerard Hégron, directeur du laboratoire ambiances architecturales et urbaines, explique que « nous appréhendons les ambiances à travers plusieurs dimensions », « Cela va de la caractérisation des paramètres physiques à la dimension esthétique en passant par la dimension psychologique, émotionnelle ». La volonté de définir une ambiance urbaine dépasse la notion de nuisance et de confort. Nicolas Tixier, chercheur au laboratoire CRESSON, fait un recensement des différents traits qui définissent le concept d'ambiance urbaine « qualifiant les situations d'interactions sensibles dont on fait l'expérience à un moment donné dans un lieu donné » [Tixier, 2007]. Une ambiance urbaine « implique un rapport sensible au monde synesthésique autant que cénesthésique ». Pour l'étudier, il est nécessaire d'avoir une « approche pluridisciplinaire portant des dimensions construites, sensibles et sociales de l'espace habité ». Du point de vue du périmètre d'étude, une ambiance n'a « pas d'échelle spatiale particulière [...] il s'agit d'une notion trans-scalaire qui s'applique à des espaces ordinaires comme à des espaces plus scénographiés. » Enfin, elle permet d'étudier des espaces mais aussi leur conception, « il s'agit par l'attention aux configurations sensibles d'une posture situant l'expérience de l'utilisateur au cœur du projet. »

Mesure des ambiances, outil de compréhension et d'intervention

Une ambiance urbaine peut donc se définir comme une perception immédiate d'un lieu à partir de l'ensemble des phénomènes physiques qui participent à la perception sensible de l'environnement construit. Mesurer les ambiances urbaines permet de les utiliser comme des outils de compréhension, révélateur des manières d'habiter l'espace, et, d'intervention. Deux approches différentes ont été menées par des scientifiques pour mieux définir les ambiances urbaines. D'un côté Labussière, Kant, Deleuze et Ruskin ont tenté de comprendre la nature générative d'une ambiance et de l'autre côté, Goffman, Weber et Blum ont dressé une typologie des ambiances urbaines.

Apprendre à mesurer les ambiances urbaines permet de mieux mesurer les dimensions culturelles de l'histoire, de l'usage et l'efficacité de son champ d'action. Jean-Paul Thibaud, sociologue urbaniste, directeur adjoint au laboratoire CRESSON ambiance architecturale et urbaine, vise dans ses travaux à développer une approche pragmatique des ambiances urbaines. Il considère que leur mesure est un outil non seulement révélateur des diverses manières d'habiter l'espace

public « outil de compréhension » mais aussi que cette mesure peut permettre d'orienter un espace « outil d'intervention ».

Olivier Labussière, tente de cerner la nature générative d'une ambiance urbaine pour mieux la mesurer (figure 5). Il s'appuie sur plusieurs auteurs tels que Proust, Ruskin ou Deleuze pour définir cette nature générative. Dans ses travaux, Deleuze montre que pour qualifier une ambiance urbaine, il faut percevoir plusieurs signes qui retranscrivent la globalité du milieu urbain. Une ambiance urbaine est une retranscription du paysage urbain où prédomine une analyse culturelle par une approche visuelle, symbolique et sensorielle avec un espace concret. D'après les travaux de Kant repris par Deleuze, Olivier Labussière montre que la perception est une activité de synthèse qui, par la connaissance, débouche sur une compréhension esthétique d'un espace, d'un objet... Cette activité de synthèse s'effectue en trois phases, l'apprehension, la reproduction et la reconnaissance.

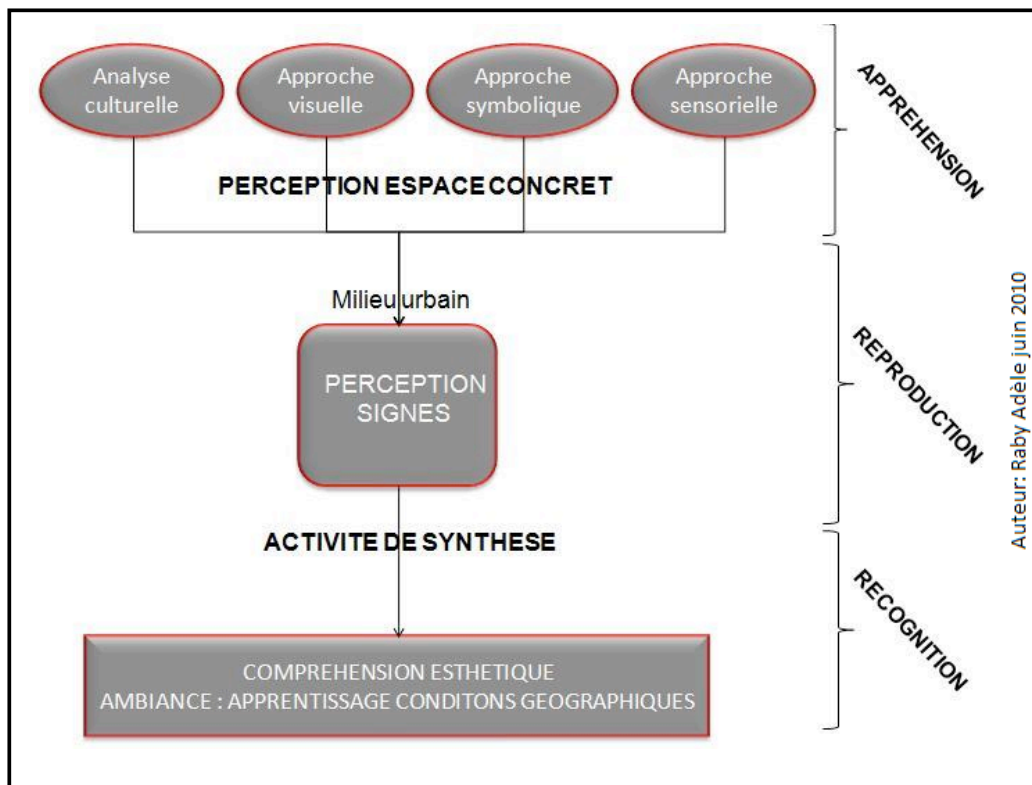


Figure 6 : Nature générative d'une ambiance

La perception est une unité de mesure qualitative. Mais si la perception s'élabore à partir d'une synthèse de l'appréhension, comment identifier et choisir les parties de la chose perçue ou comment est-il possible de définir l'unité concrète des composantes d'une ambiance ? La perception d'une ambiance est définie par Olivier Labussière comme « le squelette qui détermine la forme spatio-temporelle ». Ce processus de qualification d'une ambiance urbaine est décrit et analysé par les rythmes qui produisent le bloc sensible et les mesures qui qualifient l'espace temps. Cette perception permet « une saisie du milieu urbain d'après ses ambiances et ses allures plutôt que par ses formes et ses structures. » L'existence d'une ambiance n'est pas fixe et ne détient pas une définition concrète « elle n'appartient ni au sujet, ni à l'objet mais elle se singularise par l'émergence d'un impensable du sensible dans la pensée. » Cette complexité de la perception singulière opposée à une description culturelle collective pose tout de même des problèmes. Dans un premier temps, s'oppose les éléments physiques qui sont qualifiés objectivement (un immeuble, une rue...) et leur perception qui sont décrites subjectivement (cette rue est morte, cet immeuble est glauque...) Comment une collection de signaux divers, de représentation individuelle et collective compose-t-elle une ambiance ? Comment peut-on relier les différentes composantes de l'ambiance d'un lieu ? Peut-on trouver malgré la multiplicité des cultures des universaux pour tous les genres d'ambiances ? A partir du moment où la perception est singulière, une des oppositions majeures dans la représentation des ambiances s'effectue au niveau des positions de chaque individu. Comment penser l'ambiance en fonction des modèles techniques et des usages ? Comment peut-on différencier la vision d'un usager qui perçoit un espace et celle de l'expert qui va agir sur cet espace ? Comment articuler action usagère et action technicienne ? Chaque culture est basée sur des valeurs, des normes, des techniques propres. Comment est-il alors possible de maîtriser une ambiance en fonction de ces caractères culturels ?

Le concept d'ambiance urbaine est défini par Pascal Amphoux, architecte et géographe, comme « une notion transversale et interdisciplinaire désignant une situation d'interaction sensible (sensorielle et signifiante) entre le réel (architectural ou urbain) et sa représentation (technique, sociale et/ou esthétique). Le travail de qualification des ambiances urbaines repose sur une approche pluridisciplinaire qui soulève des questionnements et des polémiques au sein du monde scientifique. Pour qualifier les ambiances urbaines, il est nécessaire de les décrire et de les comparer. Mais quels descripteurs utiliser pour décrire et qualifier les ambiances ? Etant au croisement de la vision subjective et des phénomènes physiques, une ambiance s'inscrit dans un contexte socioculturel particulier. Comment qualifier une expérience de l'immédiateté mais aussi

de l'immatérialité ? Est-il possible de faire une typologie universelle d'une impression sensible de la pluralité des cultures ?

Dans le cadre du projet, l'équipe de chercheurs coordonnée par Stephen Sawyer vise à « renforcer les politiques d'équipements culturels par des politiques de valorisation des ambiances urbaines ». Pour cela, elle s'intéresse à la « compréhension des ambiances urbaines dans leurs rapports quotidiens avec les infrastructures. » [Sawyer et Clarks, 2009].

Les ambiances urbaines sont à la ville ce que la scène est au théâtre. Cependant, sans les acteurs des scènes quotidiennes, les ambiances ne peuvent pas évoluer, voire exister. On qualifiera d'ailleurs les quartiers exclusivement résidentiels ou les zones industrielles dépourvues de leurs travailleurs de « lieux sans vie », « de trou » ou encore de « lieux morts ». « Les mets ne diffèrent les uns les autres, abstraction faite de leur utilité ou de la quantité de substance nutritive qu'ils contiennent, que par l'idée qu'ils révèlent à la langue. » A partir de cette réflexion de Baudelaire, on peut dire qu'un lieu ne se limite à un espace à vivre ou à travailler mais qu'il est aussi déterminé par une identification de soi dans l'espace. Les espaces diffèrent les uns des autres par les mots qu'ils font surgir en nous pour qualifier des ambiances urbaines. La représentation des ambiances manifeste pour l'individu sa perception propre des lieux, qui vient cependant trouver dans le langage des imaginaires culturels, donc collectifs.

D'après certaines théories récentes sur le rôle de la culture et de la consommation culturelle de la ville, on constate que la culture est un moteur du développement métropolitain. Ainsi, Richard Florida dans « The Rise of the creative Class » montre que l'attractivité d'une ville réside dans sa capacité de production (rôle et importance du marché du travail) mais aussi, depuis quelques décennies dans sa capacité de consommation culturelle. En effet, il constate que les citadins « opposent de moins en moins lieu de travail à lieu de loisir. » Les opportunités culturelles ainsi que les infrastructures mises en place dans un lieu sont donc une condition non négligeable dans le choix de résidence des individus. Les ambiances urbaines que vont dégager ces lieux en fonction de leurs équipements culturels sont pour Richard Florida « un des éléments majeurs de l'attractivité métropolitaine. »

Cependant, les théories récentes sur le rôle de la culture suscitent de grandes polémiques et de grands débats au sein du milieu de la recherche. Une des plus importantes controverses dans le milieu scientifique réside dans la relation entre la culture et la croissance économique (Florida,

2004). D'après les travaux de Max Weber, Edward Banfield et Daniel Bell, lesquels montrent que la culture influe sur la croissance économique en produisant des motivations incitant à l'effort, à l'économie et au travail soutenu, Richard Florida avance l'idée que « l'humain possède un potentiel créatif et que la clef de la croissance économique est de le découvrir et de le libérer. » Pour Alain Bourdin, « l'idée d'une interaction entre des acteurs de l'économie, de l'activité intellectuelle et de la création culturelle » développée par Richard Florida « est au moins digne d'intérêt » [Bourdin, 2005]. Cependant, la démarche de classification et de mesure du développement d'une ville de Richard Florida fait pour Marc Levine « preuve d'élitisme et Florida confond les causes et les conséquences de la croissance. » Il fonde toute son étude sur les « 3T », la technologie, la tolérance et le talent, qui s'appuie sur cinq indices, la haute technologie, soit le pourcentage d'exportations des biens et services liés à la haute technologie, l'indice d'innovation qui décompte les brevets, l'indice de population gaie, qui démontre la tolérance d'une ville, l'indice de talent ou le pourcentage de population ayant au minimum un baccalauréat et enfin l'indice bohémien qui représente la part d'artistes et de créateurs dans la population. Robert Cushing dénonce dans cette classification « la mesure d'un capital créatif qui permet de mieux prédire l'innovation et la croissance que les mesures du capital humain ». Pour Ronald Inglehart, politologue étudiant les liens entre croissance économique et culture, une ville est attractive par les attraits construits par l'homme. Pour Florida, la seule différence réside dans la manière de mesurer les compétences. Jusqu'alors, pour les économistes urbains, la compétence d'une personne est représentée par son éducation et ses différentes expériences aussi bien professionnelles que personnelles. Florida pense que cette compétence réside dans l'occupation du actuelle de la personne. N'est-il pas anecdotique de ne pas prendre en compte l'accumulation et l'exploitation continue du savoir humain ? Pour Robert Lucas, la croissance découle du capital humain et l'urbanisation est un élément déclencheur de l'innovation et de la productivité. Pour François Ascher, il est évident que « la classe créative est aujourd'hui une des ressources du développement économiques » et « un des principaux leviers du développement des villes compétitives aujourd'hui à l'échelle mondiale » [Ascher, 2009] en outre, il est indispensable de ne pas oublier les catégories les plus modestes et de penser la ville de demain avec tous ses acteurs. « La ville doit disposer des lieux qui attirent des gens différents et pour des raisons distinctes », « il faut des acteurs multifonctionnels et multisociaux ».

Le concept d'ambiance urbaine permet dans le projet Paris 2030 de voir s'il existe une relation entre les ambiances urbaines du Paris-Métropole et les profils socio-économiques des

populations, le vote ou d'autres pratiques culturelles des franciliens. C'est à ces questions que nous tournons maintenant.

Chapitre 3. Une rue comme les autres ? L'ambiance au cœur du V^e arrondissement

Mathias Rouet

Des valeurs révélatrices de pratiques de consommation

Lire la ville à travers ses vies, lire la ville à travers ses pratiques. La sociologie analyse les logiques d'actions des urbains. C'est à travers des concepts balisés par les plus grands auteurs (Goffman, Weber, Bourdieu, Marx...) que la *theory of scene* développée conjointement par des chercheurs des universités de Chicago et de Toronto propose d'analyser ces pratiques urbaines. En dégagant un certain nombre de concepts issus de leurs analyses, il est possible d'aborder la cartographie des pratiques sous l'angle des interactions sociales.

Silver, Rothfield et Clark¹⁰ ont ainsi extrait différentes notions de la sociologie traditionnelle : la théâtralité (formalité, transgression, distinction...), la légitimité (tradition, expression...) et l'authenticité (ethnicité, rationalité...). Ces concepts balisés dans le champ sociologique permettent d'expliquer voire de mieux comprendre les pratiques et choix de consommation des individus. Ces concepts¹¹ ont été mis à nu par différentes équipes de recherche adhérant au projet des ambiances¹² en les adaptant à des contextes nationaux distincts. La promotion de l'artisanat et des corporatismes ne prend ainsi pas la même importance dans les pratiques de consommation des européens et des américains par exemple.

La *theorie des ambiances* s'appuie sur une première hypothèse déjà envisagée ici : la culture des individus trouve aujourd'hui son expression principale dans la consommation. Cette consommation est vectrice de valeurs, révélatrice de choix. Les lieux de la consommation accueilleraient donc des individus mus par des valeurs et des logiques d'action singulières. La fréquentation de chaque commerce (librairie, magasin bio, centre de fitness, restaurant étoilé...) et l'utilisation de chaque équipement (école, opéra, hôpital...) fait entrer les individus dans des interactions sociales, plus ou moins fortes dans chacun des champs de la sociologie repéré plus haut. Chaque commerce est plus ou moins vecteur de tradition, chaque équipement est plus ou moins prétexte à voir et à se faire voir. Il s'agit alors de repérer les moteurs de l'action les

¹⁰ Voir Chapitre 1 "A Theory of Urban Scenes."

¹¹ Ces concepts sont appelés « dimensions » en anglais. Nous préférons traduire ici par « valeur ».

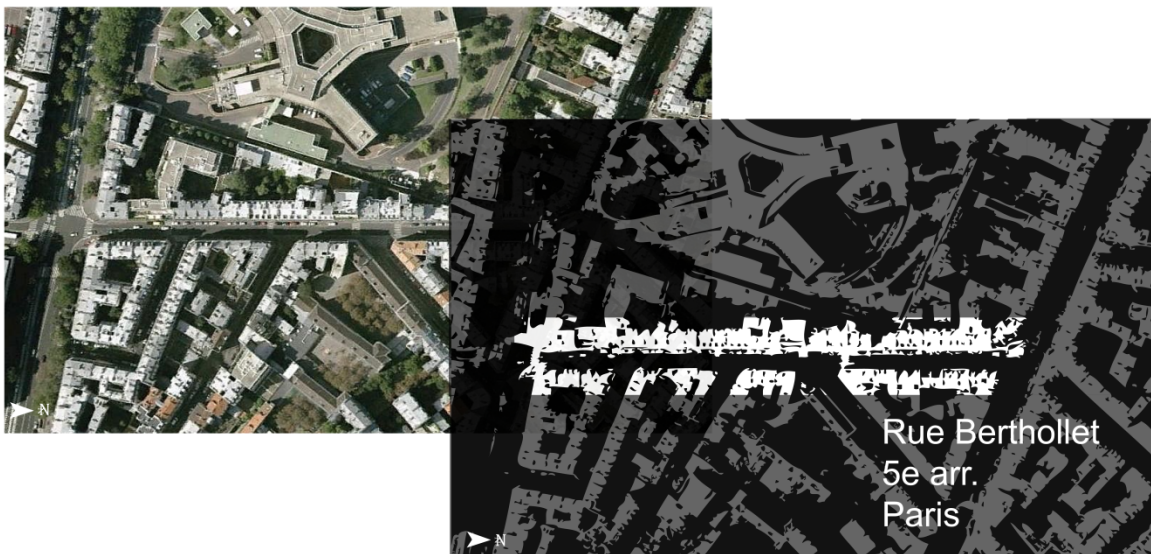
¹² Traduction choisie par les auteurs du terme anglais "scene"

consommateurs¹³ fréquentant le commerce ou l'équipement en question. Les chercheurs se demandent alors quelle mesure cette action exprime une promotion/un rejet... de la tradition (gradient de 1 à 5), ...des relations de voisinage (gradient 1 à 5), de l'expression personnelle (gradient de 1 à 5), de la promotion de l'ethnicité (gradient de 1 à 5), etc. Voir exemple de codage en annexe 4 pour 5 commerces et équipements. Après avoir affecté à chaque commerce et équipement un score pour chacune des interactions sociales repérées, on obtient une cartographie des valeurs par le truchement de leur localisation. Les perspectives qu'offre cette théorie sont séduisantes : sa diffusion dans le monde de la recherche comme son succès auprès des différentes collectivités¹⁴ en sont le symptôme.

A l'échelon le plus local : exemple d'analyse des dimensions dans une rue du 5^e arrondissement

Partir de l'échelon le plus local permet de comprendre comment les valeurs des consommateurs deviennent une clé de lecture de l'espace inédite. La théorie des ambiances est mise ici à l'épreuve de la rue avant que soit esquissée une cartographie des valeurs des communes du grand Paris.

La rue Berthollet, rue commerçante de taille modeste (250m), est située dans le quartier du Val de Grâce au sud du 5^e arrondissement de Paris.



La figure 32 offre un panorama des commerces, équipements et services présents rue Berthollet. Leur densité est élevée ; on observe quarante quatre locaux commerciaux et équipements pour

¹³ Il peut s'agir d'une action non marchande : fréquentation d'un parc, d'un musée, un hôpital...

¹⁴ L'équipe de recherche sur les ambiances est active en Espagne, au Portugal, au Canada, aux Etats Unis, en Corée, en Chine). Des études ont été menées sur les villes de Chicago, Los Angeles, Milan, Madrid... En France les villes de Paris, Grenoble et Rennes se montrent intéressées par le projet.

soixante numéros. Ils sont référencés sur le schéma de la rue présenté en figure 33. Trente quatre activités différentes y sont recensées. Les boutiques sont toutes de petites surfaces et sont essentiellement des établissements de proximité. La rue compte également une école et plusieurs cabinets de pratique libérale (pratique médicale, architecture, notaire). Chaque service attire des consommateurs mus par des valeurs qui façonnent l'image de cette rue passante. Quels sont les valeurs dominantes dans cette rue ?



Figure 32. Photographies des commerces, équipements et services rue Berthollet (75005)

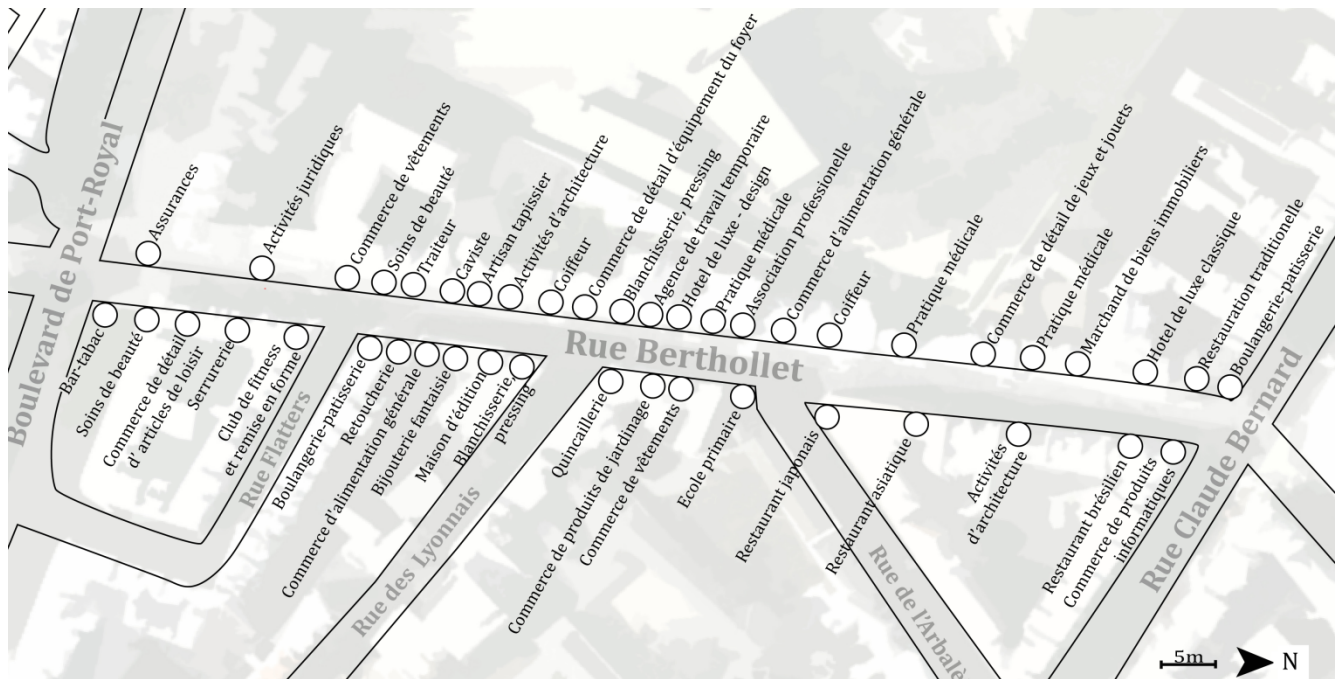


Figure 33. Nature des commerces, équipements et services rue Berthollet (75005)



Utilité ?



Tradition ?



Ethnicité ?



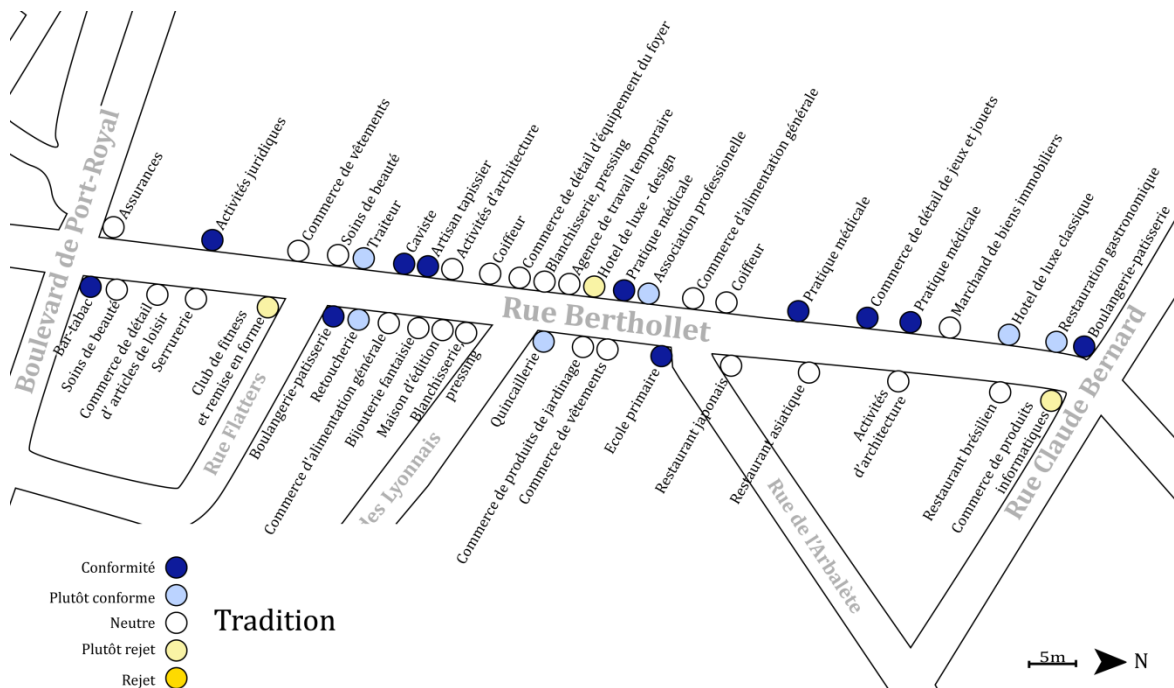
Transgression ?

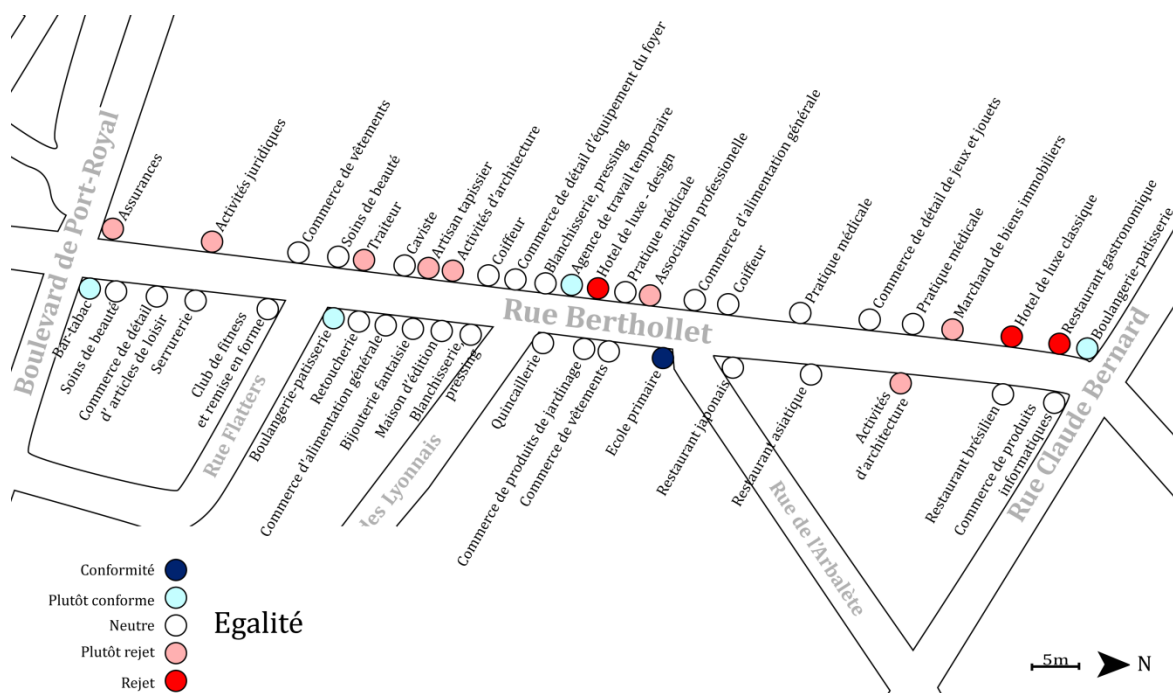
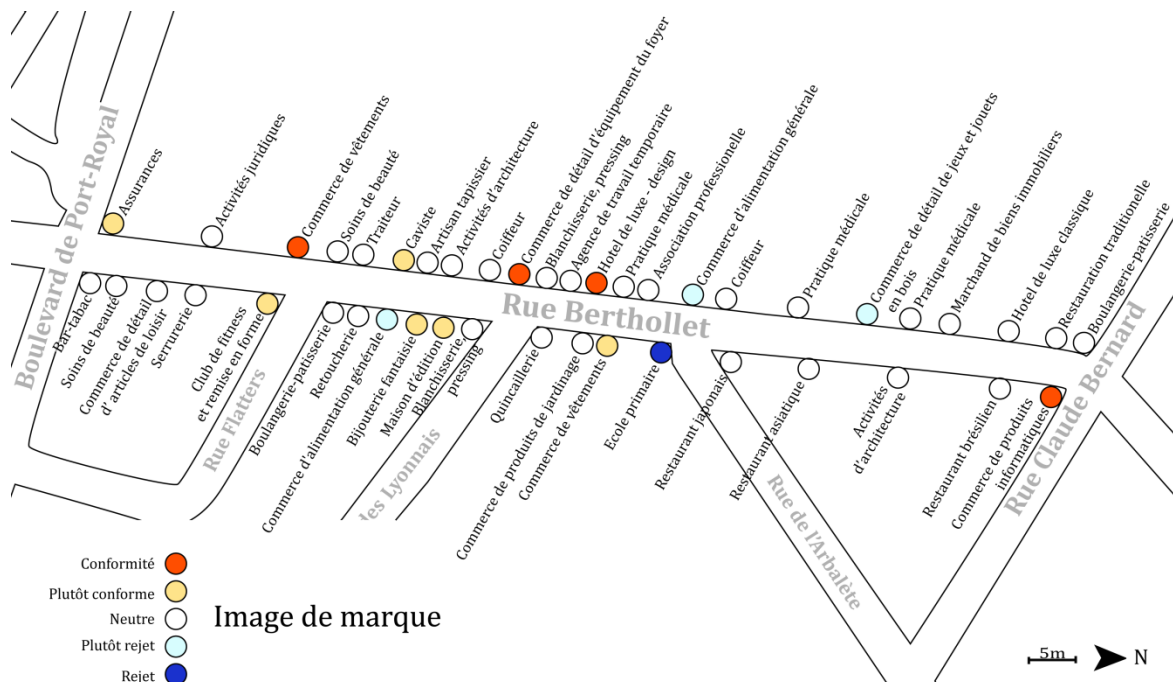
Le codage effectué doit déterminer pour chaque équipement si sa fréquentation est en promeut ou rejette telle ou telle valeur. Le codage utilisé a été effectué par l'équipe de recherche de l'Université Américaine de Paris chargée d'appliquer la théorie des ambiances à la métropole parisienne. Ci dessus, la quincaillerie du 19 rue Berthollet : quelles valeurs viennent y puiser les consommateurs ?

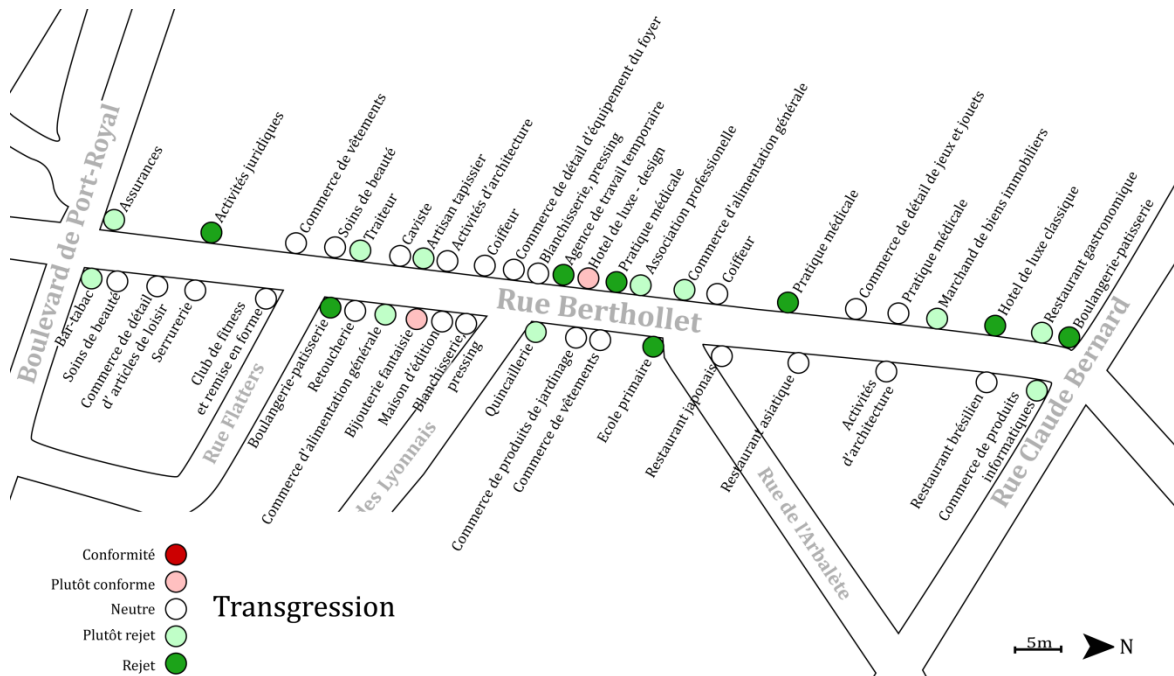
Les figures suivantes proposent une cartographie de la tradition, de la transgression, de l'image de marque et de l'égalité à l'échelle de la rue.

La rue Berthollet qui nous sert d'exemple, est marquée par une recherche d'authenticité des consommateurs davantage centrée savoirs faire traditionnels que dans la

promotion d'images de marque. Les commerces et équipements présents sont traditionnels, bien souvent corporatistes. Ils ne sont pas vecteurs d'égalité. Ils renforcent pour la plupart une certaine logique de distinction sociale. L'absence d'équipements publics en dehors de l'école renforce ce manque d'égalité. Le voisinage est le caractère dominant dans les relations individuelles. Peu de lieux de représentation dans cette rue dont les commerces sont rationnels et pratiques. Le grand nombre de commerces de proximité, les cabinets de pratique médicale mais aussi la présence toute proche d'hôpitaux et de casernes ne laisse que peu de place à l'expression de comportements transgressifs ou au glamour. L'ambiance est à la praticité. Pas de vie nocturne, l'ambiance se fait dans la continuité de celle du marché boulevard de Port Royal. Elle est familiale, plutôt blanche, chic, peu touristique. Le ravalement des anciennes façades commerciales, l'utilisation de peintures colorées semblent autant de tentatives de la part des commerçants pour dynamiser l'ambiance d'une rue passante plombée par l'importance de la circulation automobile. L'implantation récente d'un hôtel de luxe, expérimental et très design, d'une cave « créative » mêlant expositions de peinture et bons vin tend à rajeunir l'image de cette rue et à la rendre plus attractive.







Silver, Rothfeld, Clark et leurs équipes proposent deux modes de calcul des valeurs : un score absolu et un score relatif. Au jeu de la mesure des valeurs, les communes les plus équipées et ayant un nombre de commerce important obtiennent toujours un score très fort en valeur absolue. Ainsi le 8^e arrondissement, première commune du Grand Paris en termes d'équipement et de commerces obtient le score le plus élevé pour l'ensemble des « valeurs ». Aucune commune de banlieue ne soutient donc la comparaison en valeur absolue avec les grands arrondissements parisiens. Ablon-sur-Seine, l'Ile Saint Denis ou Coubron, petites communes du Val de Marne et de Seine Saint Denis obtiennent systématiquement des scores très faibles quand bien même l'une ou l'autre des valeurs serait très prégnante dans l'ambiance urbaine. Les scores dépendent directement du taux d'équipement des villes et non sont pas pondérés.

Les comparaisons sont donc malaisées avec cet indicateur. Les auteurs proposent un indicateur alternatif qui prend en compte le nombre total d'équipements et commerces présents sur la commune. Cette méthode permet de mettre en valeur les communes de banlieue quelle que soient leur taille et permet autant d'observer des logiques à l'œuvre dans la capitale comme dans celles des autres départements.

L'importance des différentes valeurs se mesure par la consommation. Les deux mesures sont donc complémentaires : la première, basée sur la localisation des équipements et des commerces conditionne la présence de *valeurs* à la densité de services. Cet indicateur révèle donc des zones sous équipées sont donc sans valeurs, « *sans saveur* » : c'est le périurbain pavillonnaire. La seconde met l'accent sur les territoires et jauge la présence de chacune des valeurs en fonction du nombre d'équipements et de commerces au sein des communes. Les communes dont la

nature d'équipements et des commerces est très variée seront jugées par cet indicateur sans autre valeur dominante que cette mixité¹⁵.

Le score brut obtenu par chacune des valeurs rue Berthollet ne permet que de situer les valeurs relativement les unes aux autres. Le graphique ci-dessous nous montre ainsi que la rue est plus traditionnelle que transgressive. Mais est-elle vraiment traditionnelle ?

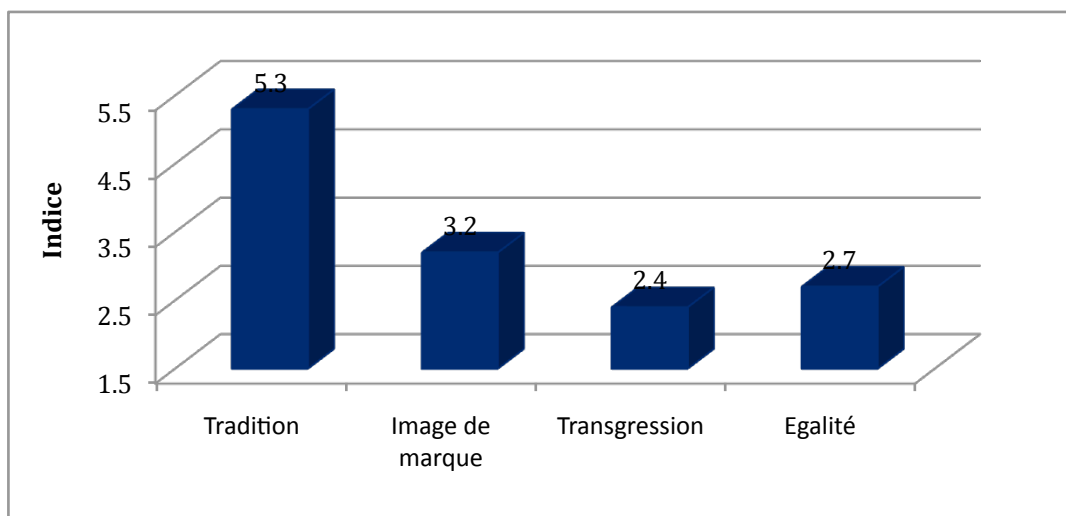


Tableau 1 Indice de mesure des valeurs : rue Berthollet

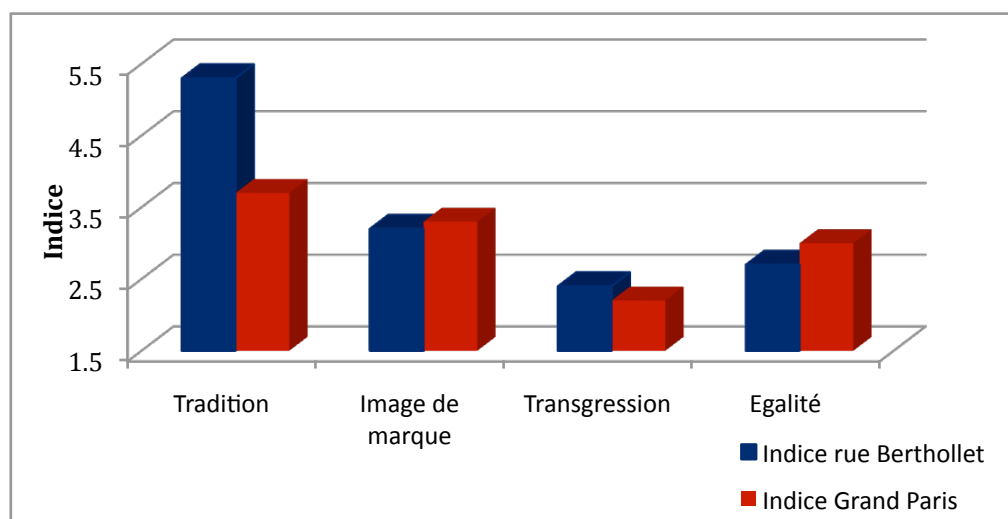


Tableau 2. Indice de mesure des valeurs : comparaison rue Berthollet et grand Paris

Situer chaque valeur par rapport au total des commerces permet de soutenir une comparaison avec d'autres ensembles d'étude. En comparaison à l'ensemble du grand Paris, c'est bien une rue très traditionnelle et peu égalitaire. L'image de marque est légèrement inférieure à la moyenne, mais la mesure de la transgression, bien que faible en regard d'autres rues, quartiers et communes de Paris¹⁶ est supérieure à la moyenne du grand Paris. Les taux de transgression sont

¹⁶ L'indice de transgression est le plus élevé dans les 18^e et 11^e arrondissements. (Indice 2,8). Source Mathias

en effet particulièrement bas dans les communes strictement résidentielles où aucun commerce ne saurait être support à une théâtralité transgressive.

Chapter 4. La Petite Traversée du Grand Paris. De la rue à l'espace métropolitain

Cédric Fériel et Stephen Sawyer

Les structures commerciales de l'agglomération parisienne évoluent plus vite que ses projets d'encadrement politique. Depuis une dizaine d'années, l'Ile-de-France voit la multiplication de « centres de vie commerciale », cette nouvelle génération de centres commerciaux qui revendiquent une « échelle humaine » en s'inspirant du mouvement américain du new urbanism et de ses lifestyle centers¹⁷. Leur construction, à la place des centres commerciaux du siècle dernier (1970-1980) semble être tout autant un symptôme qu'un élément moteur dans la recomposition des rapports entre le citadin, les commerces et l'espace métropolitain au XXI^e siècle : le citadin cherche à vivre la ville autant comme un espace fonctionnel, qu'une série d'expériences différenciées dotées de caractères propres que nous appelons des « ambiances »¹⁸.

L'implantation nécessairement microlocale de ces nouveaux centres du commerce ne doit pas laisser croire, selon nous, à l'isolement du phénomène. Bien au contraire, ils nous semblent être la manifestation la plus visible d'un mouvement profond qui tend à réorganiser les agglomérations comme une succession d'espaces caractérisés par des ambiances propres mais qui n'est pas conceptualisé dans son ensemble. Leur ton est donné plutôt par le cadre architectural et la programmation commerciale.

Le constat nous semble plaider pour l'utilité d'une lecture de l'espace métropolitain du point de vue des commerces. Alors même que l'on annonce la formation prochaine du Grand

17 cf. Mommens (2005). Nous proposons d'appeler « centre de vie » la version française de ces structures qui cherchent à exercer le rayonnement et l'attractivité des anciens centres commerciaux sur de vastes espaces urbains voire suburbains, mais en privilégiant l'image d'un lieu de vie à part entière, dépassant la simple vocation commerciale.

18 Sur les ambiances, voir Silver, Daniel, Terry N. Clark and Clemente Jesus Navarro Yanez (2010). "Scenes: Social Context in an Age of Contingency." *Social Forces* 88: 2293-2324 ; Sawyer et Clark, "Villes créatives ou voisinages dynamiques? Développement métropolitain et ambiances urbaines." *L'Observatoire. La Revue des politiques culturelles*, n. 36. pp 44-49 ; Alain Bourdin, « Des ambiances à l'offre urbaine, » *Espaces et sociétés*, 130, p 169-174. Amphoux, Pascal, Jean-Paul Thibaud, Grégoire Chelkoff (sous la direction de), (2004) *Ambiances en débat* ; Bernin. Sophie Rieunier (sous la direction de) (2006), *Le marketing sensoriel du point de vente. Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux*, Paris, Dunod. En résumant les ouvrages sur les ambiances, Bourdin propose « L'ambiance définirait une sorte d'arrière plan de la perception, porteur d'émotions ou de significations. »

Paris institutionnel, ce phénomène qui concerne tant le cœur de la capitale que la banlieue lointaine peut donner à voir un Grand Paris qui existe déjà dans l'expérience de maints Franciliens, et dont la compréhension pourrait offrir des outils opérationnels pour les décideurs tant économiques que politiques.

« Lieu de consommation, consommation du lieu »¹⁹ : manifestations localisées d'un nouveau rapport entre ville et commerce en Ile-de-France

La structuration de l'offre commerciale en tant qu'ambiances est particulièrement visible aujourd'hui dans les « centres de vie commerciale ». Mais ces derniers ne sont pas un simple phénomène de « mode » et participent d'une transformation lente mais profonde du rapport des citoyens à la ville au travers de son commerce dont les racines sont à rechercher dans l'émergence des rues piétonnes durant la fin des Trente Glorieuses.

La rue piétonne commerçante : une micro-ambiance « urbaine » au secours de la ville centre

La rue piétonne est souvent considérée comme un « retour en arrière » vers un passé idéalisé. Une analyse des premières rues piétonnes en France suggère que l'on devrait plutôt l'interpréter comme une réappropriation moderne des espaces urbains anciens, témoignant des premières mutations du rapport entre les citoyens et leurs commerces à la fin des trente glorieuses.

A l'origine du mouvement de piétonnisation (européen dès les années 1960 et français à partir de 1970) on trouve une réaction des municipalités à l'inversion du rapport de domination entre le centre et la banlieue en faveur de cette dernière. Pour combattre le dépérissement du centre, un geste fort est nécessaire. La modernité ne vient pas de la volonté de retrouver une centralité hégémonique, mais du procédé utilisé pour y parvenir : faire d'une ou plusieurs rues du centre un lieu de consommation mais aussi un lieu « consommable ». Le centre va être entièrement réapproprié afin de créer de toute pièce une « ambiance urbaine » reposant sur les valeurs que l'on donne alors à la ville et dont aucune grande surface ne peut se prévaloir : lieu d'histoire, de vie politique, sociale et économique²⁰. Les municipalités (seules habilitées à fermer des axes à la circulation) vont proposer une ville « inédite », hautement chargée de symboliques : mise en valeur du bâti, choix du pavage, du mobilier urbain, rien n'est laissé au hasard²¹ et tout

19 L'expression est de M. Bonneville et V. Bourdin (1998)

20 Pour un panorama des discours sur la ville à l'époque : Bollore, *alii*, (1973)

21 On trouve d'ailleurs à l'époque des guides très précis sur la manière d'implanter puis de concevoir un secteur

doit converger vers un idéal de l'« urbanité ». Un simple retour en arrière n'exigeait que la fermeture à la circulation automobile, pas ce « remodelage » de la rue. C'est bien la recherche d'une certaine « ambiance » qui guide ces projets, inscrivant les vieux centres dans un rapport nouveau entre le citadin, la ville et le commerce. La rue piétonne nous paraît en être une des premières manifestations : très localisée (souvent une seule rue) elles ne concernent la ville en générale qu'en tant que destination, elle sert de catalyseur dans les représentations et les pratiques des citadins.

En Ile-de-France, le mouvement des rues piétonnes prend des aspects particuliers dus à la taille même de l'agglomération parisienne²². Au lieu d'un unique centre piétonnier comme à Rouen, l'agglomération voit se multiplier un système polycentrique de rues piétonnes créées à l'endroit de centres urbains anciens rattrapés par la croissance parisienne : rue Lévis (17e), rue de l'Annonciation (16e), rue Daguerre (14e), rue Houdan (Sceaux), Grande rue (Marly-le-Roi)... autant de déclinaisons micro-locales d'une même ambiance « urbaine traditionnelle » qui n'ont rien d'anecdotique quant à la perception d'un Grand Paris. En effet, laissée aux mains des municipalités et donc non coordonnée à l'échelle de la région, cette politique révèle les polarisations sociologiques de l'espace francilien. Jusqu'au milieu des années 1980, cet « archipel » de l'urbanité réinvestie ne concerne que la moitié ouest de l'agglomération, la « frontière » passant en plein Paris : la traditionnelle opposition entre la capitale et la banlieue n'est plus pertinente du point de vue des pratiques commerciales.

Les « centres de vie commerciale » : la ville au défi de la multiplication des ambiances

Le « centre de vie commerciale » n'est pas l'imitation de la rue piétonne. Il révèle une nouvelle étape dans la lente transformation du rapport des citadins à la ville et au commerce en opérant la synthèse entre les espaces que la période précédente avait contribué à opposer au sein des agglomérations : la rue piétonne dont l'offre commerciale joue à plein la carte de l'ambiance « urbaine » (épicerie fine, librairie, antiquaire) et le centre commercial qui abrite les grandes enseignes nationales et internationales. D'autres différences apparaissent : les acteurs de cette nouvelle phase sont ici les groupes privés (Value Retail, Altarea-Cogedim...) et non plus les municipalités qui ne conservent alors que le pouvoir de veto, la capacité de refuser, ou au moins ralentir, la création d'un centre en ne délivrant pas le permis de construire. L'ambition de ces groupes n'est pas non plus comparable au mouvement de piétonnisation des années 1970-1980 :

piétonnier : cf. CETUR, *Rues et places piétonnes dans les quartiers traditionnels. Conception et réalisation. Guide*, Bagneux : CETUR, 1980, 118 p.

22 Pour une analyse plus approfondie de la question : Feriel C., « Pour une réévaluation de la politique des secteurs-piétons en France : la piétonnisation de l'Ile-de-France, 1970-1981 », *FabricA*, n°4, 2010

il ne s'agit pas se réapproprier la ville mais de créer un espace commercial économiquement rentable dans le contexte actuel. Enfin, cet impératif, en guidant les choix des investisseurs, est un puissant révélateur de l'évolution des attentes actuelles des citoyens : la reproduction d'un « modèle » unique d'ambiance est dépassée par une véritable diversification des expériences possibles de la ville.

Comme dans le cas de la rue piétonne, rien n'est laissé au hasard dans la conception de ces centres locaux. Mais le phénomène actuel joue les possibilités offertes en sortant du cadre « imposé » du centre ancien : toutes les déclinaisons sont possibles entre un choix d'architecture et une programmation commerciale. Un Francilien peut ainsi au gré de ses envies cultiver différents rapports à la ville et à son commerce, et ce tout autant dans Paris qu'en banlieue éloignée. L'opposition entre les deux espaces perd de son acuité ici, bien qu'il ne s'agisse que de réalisations extrêmement localisées dans l'espace. On les trouve partout, déclinant des ambiances différentes : à *La Vallée Village* (2000)²³ une offre commerciale entièrement tournée vers le luxe à prix réduit dans un véritable décor de rue piétonne traditionnelle reconstituée ; à *Thiais Village* (2007)²⁴ un caractère plus familial dans un décor très proche des centres commerciaux traditionnels ; à *Bercy Village*²⁵ (2000) une expérience orientée vers le loisir (bars, restauration) dans le cadre d'un patrimoine assez secondaire mais revisité et réinvesti... Les acteurs privés ne pouvant se permettre de tels « villages » ne manquent néanmoins pas de participer au phénomène par différents moyens : rénovation du centre commercial (les *Quatre Temps* à la Défense), mise en place d'un discours (*Bay 2* à Torcy se présente comme le « seul centre commercial à taille humaine », le centre *Les Arcades* à Noisy-le-Grand anime son site internet avec un thème musical tiré du film *Amélie Poulain* (2001)).

Dans le « centre de vie commerciale », la rue piétonne perd son historicité et est surtout valorisée comme espace social. Le centre commercial quant à lui conserve ses grandes enseignes (Ikea, Decathlon), mais perd son orientation uniquement consumériste et propose une variété d'animations propres à répondre aux attentes d'un centre de vie au sens propre du terme (concerts, jeux pour les enfants...)²⁶. La distinction des espaces commerciaux devient de plus en plus difficile à établir au sein de l'agglomération : dans une certaine mesure, la rue piétonne devient un « centre de vie commerciale » comme un autre, une déclinaison particulière dans un

23 A Serris, aux portes de Disneyland Paris. Le centre est géré par Value Retail.

24 Construit à Thiais (95) par Alatreia Cogedim. On peut aussi citer *Familiy Village* à Aubergenville (78) ouvert en 2007 par le même groupe.

25 Paris, 12e. Géré par Alatreia Cogedim. Bien qu'assez différent dans son aspect, *Bay 1 Loisirs* à Torcy partage cette offre de loisirs : la restauration occupe presque la moitié des enseignes présentes sur le site.

26 *Thiais Village* (ouvert en 2007) place le *shopping* en dernière position dans ses cinq raisons de venir dans le centre, après « l'ambiance », la « promenade », la « détente », un « lieu de vie à ciel ouvert ». cf. <http://www.thiaisivillage.com/family-themes-article471.html> (consulté en mars 2011).

vaste panel d'ambiances possibles. Ces dernières, dans leur variété, seraient ainsi une des formes les plus importantes à venir du commerce dans la ville, dépassant l'opposition entre Paris et sa banlieue et influençant l'organisation de l'espace métropolitain. Ceci n'est pas sans risque : en effet, les réalisations que nous venons de présenter (rue piétonne ou « centre de vie commerciale ») sont certes les éléments moteur du mouvement, mais ne font l'objet d'aucune coordination à l'échelle de l'agglomération : l'initiative micro-locale prime – municipalités et groupes privés – sans considération d'un équilibre permettant à cette nouvelle expérience commerciale de se développer logiquement et justement pour tous les Franciliens.

La multiplication des ambiances devient alors un élément plus fondamental dans le rapport entre la ville et le commerce que la traditionnelle opposition entre centre et périphérie. Nous pensons qu'un aménagement équilibré du Grand Paris ne peut faire l'économie d'une appréhension de ce phénomène. Plutôt que de considérer les ambiances comme un facteur d'éclatement de l'agglomération, il semble plus pertinent de chercher à tirer les enseignements de ces expériences micro-locales pour les transposer à l'échelle de l'organisation d'un espace métropolitain tout entier.

Mesurer les ambiances dans le Grand Paris pour en faire un outil opérationnel

Le succès du modèle des ambiances suggère qu'une analyse à l'échelle d'un quartier ou d'une commune du point de vue de son ambiance pourrait avoir des incidences fortes sur la compréhension de l'offre commerciale, les pratiques des citoyens et de l'espace métropolitain. Nous cherchons alors à construire une méthodologie qui nous permettrait d'appréhender les différentes ambiances du Grand Paris à travers ses commerces et d'autres équipements.

Vers une ambiance à l'échelle d'un espace urbain

Considérer un quartier ou une commune entière du point de vue de son ambiance tire les enseignements et renverse la démarche des promoteurs des « centres de vie commerciale » : au lieu de créer l'identité d'un lieu par une programmation architecturale et commerciale très réfléchie, il s'agit plutôt de trouver les moyens d'appréhender et de définir ce qui existe déjà. La démarche ne privilégie plus tant le nouveau résident en quête d'une école, d'infrastructures diverses proches de son lieu de travail que le consommateur qui entend bien tirer profit de la « vie » du quartier, des loisirs, des expériences nouvelles susceptibles d'enrichir son quotidien, un

peu à la manière dont il est amené à choisir de se rendre dans un « centre de vie commerciale ». À ce titre, un supermarché n'est pas seulement un lieu où l'on achète des vivres, où l'on travaille ; il devient une occasion de consommer de façon équitable, de découvrir les cuisines exotiques, et/ou de rencontrer d'autres personnes partageant ces mêmes intérêts. De même, le vieux café de quartier est bien plus qu'un simple lieu de restauration : il incarne l'âme du lieu, il est le gardien de son « authenticité ». C'est sans doute Baudelaire qui a le mieux capté l'impact de cette « idée » du lieu, de la chose, lors de ses déambulations dans l'exposition universelle de 1855 : « les mets ne différenciant les uns des autres, abstraction faite de leur utilité ou de la quantité de substance nutritive qu'ils contiennent, que par l'*idée* qu'ils révèlent à la langue ». Dans la droite ligne de la pensée de Baudelaire, les infrastructures, les lieux de vie, les aménagements nous aident à formuler l'« idée » que l'on se fait du quartier, une idée dont l'impact est fondamental et guide les choix et les pratiques des résidents, présents ou futurs. Le quartier devient un lieu à apprécier, à goûter, à habiter. L'*ambiance* ne se résume donc pas à un espace où vivre et travailler ; c'est un lieu d'identification dessiné par nos désirs et nos rêves, défini par un imaginaire. Au croisement d'un lieu et d'une atmosphère, considérer un quartier du point de vue de l'*ambiance* doit prendre en compte une grande diversité de facteurs : les passants dans la rue, le mélange d'activités commerciales et résidentielles, la diversité des cafés et restaurants — les petites choses qui font que l'on se sent bien dans un quartier, que l'on a envie d'y rester... Notre démarche tente de proposer des outils pour appréhender l'existant.

Méthodologie pour une appréhension des ambiances

Nous pensons que les ambiances urbaines du Grand Paris déterminent (plus qu'on n'a voulu le croire) les choix concrets des habitants, et pourraient déterminer davantage les choix concrets des politiques d'aménagement. En s'inspirant de l'importance accordée à la programmation commerciale dans la définition de l'ambiance des « centres de vie », nous nous sommes proposés de diagnostiquer l'ambiance d'un quartier ou d'une commune, à partir d'une liste d'une centaine d'équipements présents dans tout le Grand Paris. À partir de cette liste, nous construisons une base de données, de commerces et d'équipements culturels du plus « léger » au plus « lourd » (en termes de coût mais aussi d'organisation et d'infrastructure) : cafés, caves, fromageries, restaurants, librairies, galeries d'art, cinémas, théâtres, centres de danse, scènes musicales, monuments historiques, universités, stades... Les équipements sont ensuite codés, en

fonction de 4 dimensions, divisées en 18 sous dimensions²⁷. L'objectif est d'avoir l'outil d'évaluation le plus fin possible.

Trois des dimensions sont dérivées principalement des théories de la sociologie classique : légitimité (Max Weber, Emile Durkheim et Talcott Parsons), théâtralité (Erving Goffman), et authenticité (Anthony Giddens) et la quatrième se concentre sur les aspects spatio-temporels. Chaque dimension est divisée en 5 à 6 sous-dimensions. Pour **légitimité** : tradition, charisme, utilitarisme, expression, égalité ; pour **authenticité** : localité, ethnicité, corporatiste, étatique, rationalité, image de marque ; enfin pour **théâtralité** : exhibition, transgression, glamour, formalité, voisinage. Pour l'étude, nous avons également ajouté trois dimensions spatio-temporelles (rythme -- durée que l'on passe dans un équipement ; horaires d'ouverture ; taille).

Nous codons chacun des équipements sur une échelle de 1 à 5 afin d'en faire des indicateurs de l'ambiance du quartier. Une valeur 3 signifie que l'équipement est neutre ; 2 et 1 que l'équipement participe de moins en moins d'une dimension (ex : peu authentique) ; 4 et 5 qu'il y participe de plus en plus. Le codage se fait avec l'aide d'un *memento* qui fournit une série de questions à proposer en fonction de chaque sous-dimension pour chaque équipement.

La base de données tient également compte d'autres indicateurs, plus traditionnels, classés selon trois critères : le critère social (taux de chômage, type de contrat d'embauche, âge, taux et type de criminalité, etc.) ; le critère politique (niveau d'engagement associatif, niveau d'abstention, nombre de militants) ; le critère environnemental (niveau de pollution, taux de déchets, recyclage, coût-carbone des ménages).

Des logiciels cartographiques (ArcGIS) nous permettent, à partir de notre base de données, de produire une cartographie des équipements du Grand Paris en fonction de notre codage. À titre d'exemple, nous pouvons fabriquer des cartes du Paris « traditionnel » ou « transgressif ». Nous obtenons 18 cartes correspondant à chacune des dimensions qui dès lors peuvent être analysées en vue d'identifier différentes *ambiances* dans le Paris-Métropole.

Un exemple : cartographie de l'ambiance « Art de Vivre » dans le Grand Paris

De nombreux centres commerciaux en Ile-de-France (à Eragny, Corbeil-Essonnes, Orgéval, Vélizy), se sont dotés ces dernières années d'une identité « art de vivre » ; Eragny s'appellant, d'après son site internet, « le centre commercial 100% art de vivre ». C'est aussi la notion « art de vivre » qui a été mobilisé pour un des plus grands projets d'aménagement dans le

27 Cette analyse suit les indications proposées dans l'article de Silver, Daniel, Terry N. Clark and Clemente Jesus Navarro Yanez (2010). "Scenes: Social Context in an Age of Contingency." *Social Forces* 88: 2293-2324.

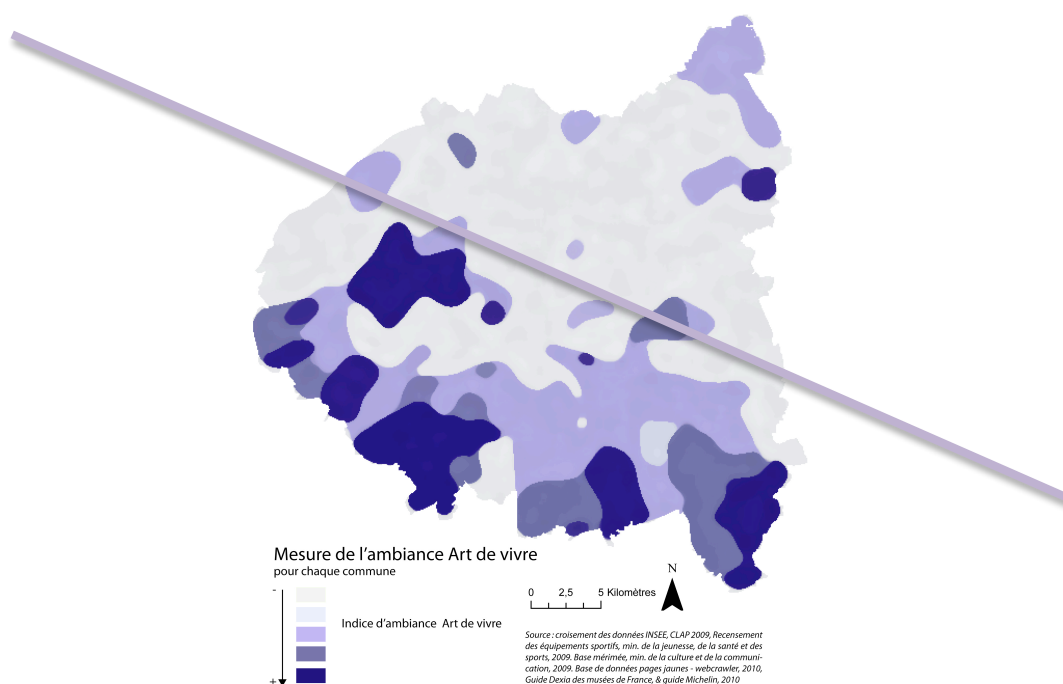
centre de Paris (7^e), derrière le Bon Marché, où la reconstruction du quartier de l'Hôpital Laennec utilise le slogan : « Une adresse qui illustre **l'art de vivre**... Un quartier sous le signe de **l'authenticité** »²⁸. L'utilisation de ce discours soit pour attirer le client tant en banlieue éloignée que dans Paris centre montre un exemple d'expérience de la ville valable à l'échelle du Grand Paris.

Nous cherchons alors à définir les fondements d'une telle ambiance en analysant des discours où cette identité a déjà été formulée autour des commerces. Cela ne veut pas dire qu'il y aurait des quartiers où « l'art de vivre » serait objectivement plus important qu'ailleurs, mais que le discours à ce sujet y est particulièrement développé par les commerces ainsi que par les acteurs publics et privés pour essayer d'attirer des clients ou des nouveaux résidents. Dans le cas de l'ambiance « art de vivre » nous avons fondé notre analyse sur la définition donnée par « La Belle Ecole, l'école de l'art de vivre » récemment créé à Paris²⁹.

Nous définissons ainsi “L'Art de vivre” de la façon suivante : un style de vie qui mélange luxe et vie quotidienne et qui pourrait être identifié dans notre base de données par les dimensions de *tradition*, *formalité*, ou *image de marque*. À partir de cette analyse nous pouvons cartographier la combinaison de ces dimensions qui constituent un tel discours. Ceci permet, en se servant des structures commerciales, de donner une certaine matérialité à un discours.

28 Brochure de vente, Altarea Cogedim, Paris 7 Rive Gauche « La nouvelle adresse de la rive gauche » (2010)

29 <http://www.labelleecole.fr/notre-esprit-et-nos-valeurs-2-56.r.fr.htm> . (Consulté Avril 2010).



La carte ci-dessus, propose une analyse spatiale des commerces qui sont constitutifs des dimensions et donc l'ambiance « art de vivre » ; elle situe globalement cette ambiance dans le sud du Grand Paris avec une tendance vers le sud-ouest. Cartographier des ambiances à partir des commerces permet alors une compréhension plus globale de ce phénomène dans l'espace métropolitain. Sans insister, il est marquant de voir que le 7^e arrondissement, où se construit le nouveaux quartier « art de vivre » au cœur de Paris se situe dans une des parties le plus « art de vivre » de la carte. De même, les centres commerciaux art de vivre à Eragny, à Corbeil-Essonnes, à Orgéval, et à Vélizy, même s'ils se situent en dehors de cette carte qui s'arrête aux trois départements de la Petite Couronne, seraient tous dans la continuité de l'ambiance « art de vivre », au sud de la ligne.

Conclusion

Une telle analyse ne cherche ni l'exhaustivité ni l'exclusivité. Elle fournit cependant des outils de lecture de l'espace métropolitain à partir de ses structures commerciales. Elle s'appuie

sur l'idée d'une recomposition lente mais profonde du lien entre la ville et le commerce à partir des ambiances. Nous soutenons que réfléchir aux commerces dans leur ensemble en utilisant des catégories et des outils d'analyse spatiale puissants de la sociologie urbaines peut permettre une compréhension du rapport entre les commerces et la ville au XXI^e siècle qui va bien au-delà de la micro-échelle d'une rue ou d'un centre commercial. La méthode pourrait être utilisée dans les projets qui combinent des acteurs privés et publics afin de proposer une offre commerciale qui s'appuie réellement sur les structurations déjà présentes au sein de l'agglomération, en les soutenant, en les renforçant ou en les rééquilibrant. Ceci permettrait un développement du Grand Paris à partir des pratiques actuelles des Franciliens plutôt qu'en s'imposant à elles. Si l'attractivité d'une métropole doit se mesurer par le nombre de grands équipements (pour le tourisme et la compétition mondiale) et de petits équipements (pour la cohésion sociale et l'insertion des quartiers difficiles), nous voulons démontrer qu'elle sera aussi le produit de la conjonction de différents modes de « consommation » et de l'offre des commerces. Cette nouvelle approche aura des incidences fortes sur la manière de concevoir la ville, les commerces et les citoyens de demain.

Chapitre 5. L'affaire Bobigny : Les ambiances et la construction d'une culture métropolitaine

Stephen Sanyer et Mathias Rouet

Introduction : Molière en banlieue

Tandis que les initiatives culturelles qui ont fleuri à Bobigny durant les vingt dernières années suggèrent que cette commune constitue un terrain fertile pour une démocratisation et une « *décentralisation* » à l'instar de celle souhaitée par le Ministère de la culture et par l'administratrice de la Comédie-Française, le rejet en banlieue de la grande institution que représente la Comédie-Française semble attaché à de profondes différences d'appréciation des relations entre l'espace urbain, les politiques culturelles et les pratiques de la démocratie. Bobigny, qui a toujours été en pointe pour favoriser les initiatives de démocratie participative, accorde une place essentielle à l'action culturelle et le revendique comme une « *marque de fabrique* ». S'efforçant d'intégrer les pratiques endogènes, la municipalité a traditionnellement favorisé la reconnaissance des pratiques populaires par les milieux traditionnels de la culture. Ainsi la ville avance sur son magazine : « *Pour nous, être une ville de culture n'aurait donc pas de sens si cela ne profitait pas avant tout à ceux qui font la richesse de Bobigny : ses habitants. Notre ambition est donc double : soutenir la création et promouvoir l'excellence culturelle tout en donnant à tous l'accès à l'ensemble des domaines de la création artistique, aux idées, à la science et à l'histoire.* »³⁰ Pour les élus, l'enjeu est donc de continuer à encourager la démocratie participative, de maintenir voire développer une offre culturelle de qualité tout en maintenant la population locale. Il ne s'agirait pas de pâtir de « l'effet Montreuil », commune dont les quartiers ouest sont devenus une terre d'accueil privilégiée des professions intermédiaires, professions intellectuelles et autres professions supérieures « *précarisées* »³¹. La gentrification, phénomène de remplacement des populations paupérisées de centre ville par une classe supérieure, est donc *officiellement* un processus que les politiques menées à Bobigny souhaitent éviter, dont elles cherchent à se démarquer. La Ville fabrique ainsi, au travers de ses discours, une « *image* » populaire et volontariste qui a pu entrer en opposition avec certaines orientations de la part de structures jugées trop élitistes, comme les programmations du Centre dramatique national situé sur

³⁰ Présentation de « Bobigny Culture » sur son site http://www.bobigny.fr/jsp/site/Portal.jsp?page_id=132

³¹ VIVANT Elsa, *Qu'est ce qu'une ville créative ?* PUF, Paris, 2009

sa commune. La MC 93 est effectivement axée vers un théâtre résolument contemporain et sa programmation est souvent jugée trop « parisienne » pour la maire PC de Bobigny.

C'est dans ce contexte qu'en octobre 2008, une vive polémique a éclaté, secouant le milieu théâtral francilien. Le ministère de la Culture propose une délocalisation partielle d'une de ses grandes institutions en banlieue : une annexe de la Comédie-Française pourrait se substituer dans les saisons à venir à la maison de la Culture de Seine Saint Denis. La maire de Bobigny a quant à elle soutenu dès le départ l'initiative du Ministère de la culture, allant à l'encontre d'une part de son conseil municipal et de l'avis des administrateurs de la MC 93³² : « Quel maire refuserait la tour Eiffel, les Arènes de Nîmes, le Stade de France ? » a-t-elle lancé.

Ce qui s'apparentait initialement à un débat culturel franco-français est parvenu à cristalliser des enjeux sociaux et spatiaux autour du rapport de Paris à sa banlieue à tel point que différents journaux anglo-saxons se sont emparés de la controverse.³³

A partir de la polémique sur la délocalisation partielle de la Comédie-Française à Bobigny, commune de l'ancienne banlieue rouge de Paris, nous tenterons d'analyser les différents discours pour révéler la pierre de touche du décalage entre les objectifs des institutions, artistes, publics et populations résidentes. Analyser la création d'une antenne de la Comédie-Française à Bobigny - nouvelle vague de décentralisation pour les uns, « *remise en cause dramatique de la décentralisation* » pour d'autres³⁴ - sous le prisme de la « décentralisation culturelle » nous permettra d'inscrire les débats sur la gestion de ce théâtre, notamment budgétaire, dans la perspective plus globale des enjeux et visées d'une politique culturelle métropolitaine. Nous mettrons enfin en question l'effet *structurant* d'un grand théâtre comme la Comédie-Française sur l'économie et les pratiques culturelles balbyniennes. Cela nous permettra de questionner la pertinence du couple « décentralisation » et « démocratisation » culturelles au sein d'un grand Paris.

I- Du Palais Royal à Bobigny : aller-retour

A - De l'évènement culturel à l'affaire Bobigny

³² Maison de la Culture de Seine Saint Denis ouverte en 1979, aujourd'hui dirigée par le metteur en scène Patrick Sommier

³³ *The Observer* (England), October 19, 2008 "Paris underdog battles bastion of elite culture: Theatre merger leads to conflict in the arts world", Jason Burke, Paris Pg. 34

³⁴ « (...) On concentre les efforts sur l'hyper prévisible, l'hyper médiatique, l'hyper parisien... » Najat Belkacem, adjointe chargée des grands événements à Lyon, Libération, 10 avril 2010

La confrontation récente entre l'institution fondée par Louis XIV pour Molière et un centre d'art dramatique de banlieue, la MC 93, ouvre des perspectives sur les changements qui se font jour au sein des politiques culturelles de la métropole parisienne. Fin 2008, la Comédie-Française annonce avec le soutien du Ministère de la culture, alors conduit par Christine Albanel, son intention de s'étendre à Bobigny, exactement en lieu et place de la MC 93, scène mise sur pied dans les années 1980, lieu privilégié pour les auteurs d'avant-garde, scène essentielle d'expression en banlieue. L'administratrice de la Comédie-Française ayant fait part au Ministère du souhait ancien de la troupe d'accéder à une salle plus grande et modulable pour les spectacles les plus contemporains, s'est vue proposer d'investir les locaux de la MC 93. Michel Cornu, dans son ouvrage *Conversation avec Bobigny*, se vantait en 1989 des avantages de cette maison de la culture : « *Théâtralement, la MC 93 a un atout. Les structures de sa grande salle sont capables d'acrobaties multiples. Comprenez. Les trois quarts de la surface de cette grande salle sont transformables* ». Cette maison de la culture de Seine-Saint-Denis, confortable, dispose de beaux espaces. « *Il est vrai que la Comédie-Française fait vœu d'obtenir, depuis des années, une grande salle modulable qui lui permette de mieux répondre aux dramaturgies contemporaines, aux avancées scénographiques, aux évolutions de l'art de la mise en scène* » affirme Denis Podalydès dans un communiqué de la troupe du Français en réaction à la proposition. Il ajoute cependant, en accord avec le reste des comédiens de la troupe : « *Mais nous n'irons pas à Bobigny, sans une concertation préalable de l'ensemble des directeurs des théâtres de la Région parisienne, dans la mesure où ces établissements sont liés les uns aux autres par la même mission de service public. Nous refusons de nous installer dans un théâtre contre ceux qui le dirigent, le font vivre.* »

Voilà le nœud de l'affaire, la coopération entre les deux établissements s'est faite sans concertation avec le théâtre ciblé par l'opération que beaucoup ont comparé à une O.P.A. « *Le 25 septembre, à la veille de l'ouverture de la saison, nous apprenions avec stupéfaction que le Ministère de la Culture avait réuni rue de Valois les tutelles de la MC93 (Conseil Général de Seine-Saint-Denis et Ville de Bobigny), un représentant de la Région Ile de France ET Muriel Mayette, administratrice de la Comédie-Française pour discuter des modalités de l'absorption de la MC93 par la Comédie-Française* » a affirmé le directeur de la MC 93, Patrick Sommier, dans un communiqué du 8 octobre 2008. Les responsables des collectivités locales « tutrices » de la Maison de la Culture, habituellement si fervents défenseurs de la démocratie participative semblent avoir cette fois laissé pour compte les administrateurs du théâtre mais aussi l'intégralité des balbyniens, non consultés pour ce changement. S'il semble légitime que la Comédie-Française cherche une salle pour produire des œuvres plus ambitieuses, comment le choix s'est-il porté, au Ministère, sur la MC 93 ? N'existe-t-il pas d'autres structures confortables et disponibles ? Quels sont les tenants de cette politique de déplacement partiel en

Seine-Saint-Denis ? Et pourquoi cette absence de concertation ? Par ailleurs, dans quelle mesure un théâtre aussi peu autofinancé que la MC 93 peut-il s'affranchir des volontés de l'ensemble des collectivités qui le subventionnent ? Un an et demi après la polémique, les angoisses de l'équipe de la MC 93 se sont évanouies mais un profond désaccord entre le directeur du théâtre et la mairie demeure : « *Madame Payge est la seule à y croire, ironise Patrick Sommer. Je le dis le cœur léger : ce projet est le plus grand bobard qu'on ait fait à la Seine-Saint-Denis. De quoi s'agissait-il ? Muriel Mayette avait besoin d'un hangar en banlieue pour remplacer sa salle Richelieu en travaux. Habitante à Bobigny, elle s'est dit pourquoi pas la MC 93. C'était une lubie dont personne n'a voulu, à commencer par les comédiens de la Comédie-Française et une insulte faite à la banlieue.* »³⁵. L'analyse rétrospective des discours permet de douter qu'il s'est agi d'un simple « bobard » et permet de déceler une véritable logique d'action de la part des administrateurs du Français et des collectivités subventionnant la MC 93.

B- Un Français démocratique

L'ambition de déménager en banlieue a clairement été établie par l'administratrice du Français, Murielle Mayette : « *Stuck in the centre of Paris, the premier dramatic company of France risks cutting itself off from a growing audience which will not come to it if it doesn't go to them. The aim of the project is to create an artistic and dramatic utopia* ». ³⁶Le fait que la Comédie-Française tente d'attirer le public parisien en banlieue mais aussi un public de banlieue au théâtre ne fait que l'inscrire dans une tradition française de tentatives de démocratisation culturelle amorcées dans les années 1950. « *Tout en reconnaissant qu'il est indispensable d'améliorer la circulation des voitures automobiles à Paris, (il faut) nous demander si, pour un prix inférieur à un passage souterrain, il n'est pas urgent de construire en banlieue des salles où des millions de citoyens privés d'une vie spirituelle en commun, découvriront Molière, Corneille et Shakespeare, entendraient des concerts et verraient des expositions.* »³⁷ La logique territoriale de démocratisation de la culture³⁸ a conduit à l'installation de plusieurs centres dramatiques en petite et grande couronne avec comme visée première l'équité territoriale et donc la décentralisation. Comme le suggère Laurent Fleury, ce type d'initiative peut être compris comme une « *procédure technique qui relève d'une conception procédurale de la démocratisation. Elle consiste ici en des dispositifs de*

³⁵ *Le Parisien*, 29 janvier 2010

³⁶ *The Observer* (England), October 19, 2008 "Paris underdog battles bastion of elite culture: Theatre merger leads to conflict in the arts world", Jason Burke, Paris Pg. 34.

³⁷ Jeanne Laurent, *La République des Beaux-Arts*, Julliard, 1955, pp. 164-169

³⁸ « La démocratisation correspond globalement à la logique de l'accès à... » CAUNE J. *Pour une éthique de la médiation*, Puf, 1999, p.41

changement social. La décentralisation théâtrale entre dans ce cas de figure, en tant que dispositif ayant pour mission de couvrir le territoire, de conquérir et de fidéliser un public de province dans un Etat où la province était assimilée, après la Seconde Guerre mondiale, à un désert culturel »³⁹. Assis sur le constat devenu adage que la moitié des dépenses culturelles de l'Etat « a été liquidée une fois passé le périphérique »⁴⁰, la migration de la Comédie-Française a été pensée dans un but tout à fait similaire, plus de vingt-cinq ans après les premières décentralisations et malgré des résultats jugés souvent mitigés dans des quartiers en difficulté.⁴¹ Cette visée est bien confirmée par la ministre de la culture, Christine Albanel, à propos de cette délocalisation : « Oui, il s'agit bien de donner au Français une nouvelle mission de décentralisation. »⁴²

L'invitation de la ministre à cette *décentralisation* au profit des banlieues semble s'inscrire dans la même logique territoriale que celle des grands projets du Grand Louvre à Lens ou du Centre Pompidou à Metz. L'objectif premier est de favoriser le développement local des territoires concernés en s'efforçant de rompre l'hégémonie francilienne de production et de diffusion culturelles. L'image de marque et la notoriété des structures importées constitueraient dans ces opérations de puissants leviers de développement. Il est cependant nécessaire de préciser qu'il ne s'agit pas dans ces trois cas d'un véritable processus de décentralisation puisqu'il s'agit seulement de créer des « antennes » provinciales. L'usage du terme *décentralisation* doit donc être relativisé. Le Centre Pompidou de Metz et le Louvre de Lens, tous deux EPCC, seront en outre dotés d'une relative autonomie vis-à-vis de l'Etat et de leur établissement de tutelle. En revanche, la décentralisation en cours du Musée National des Arts et des Traditions Populaires sur le site d'Euromed à Marseille est le premier exemple d'une décentralisation aboutie d'un musée dans une autre région. Son transfert en PACA, à l'occasion duquel il se transformera en MUCEM est intégral. C'est dans ce contexte de « *décentralisation façon 2010* », empreinte d'image de marque et de partenariats public-privé que la ministre déclare à propos du projet Bobigny:

³⁹FLEURY L, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Armand Colin, 2008, Paris

⁴⁰ Daniel Barroy, Ministère de la Culture et de la Communication et ancien directeur de la DRAC Lorraine sur la décentralisation culturelle à l'occasion de l'inauguration prochaine du Centre Pompidou-Metz, Conférence à Sciences Po Paris, le 14 avril 2010

⁴¹ « Les analyses sociologiques ont fait ressortir le décalage entre la générosité des objectifs et la médiocrité des effets d'une politique de démocratisation culturelle fondée sur l'hypothèse du diffusionnisme et du miracle de la rencontre avec l'art. Ces travaux, désormais classiques, constatent que la progression du public ne s'effectue guère qu'en puisant dans la réserve des classes moyennes : le nombre des pratiquants culturels issus de ses classes augmente et la consommation artistique de leurs fractions les plus pratiquantes s'intensifie. »Raymonde Moulin, *L'artiste, l'institution et le marché*, Flammarion, 1997, p. 90

⁴² *L'Express*, 12 Février 2009, Liban Laurence, « À quoi sert la Comédie- Française ? » Pg. 98 N°3006

« Je sollicite l'engagement de tous autour de cette ambition majeure pour ce territoire, où l'accès à la culture est un enjeu de développement encore plus vital qu'ailleurs »⁴³. Le discours ministériel rejoint ici le discours militant de la maire *communiste* Catherine Payge. Le lien et la confiance traditionnels entre le gouvernement central et ces temples sacrés de la culture parisienne se décentralisant pour se démocratiser sont extrêmement forts, qu'il s'agisse d'une antenne en province ou au sein de l'agglomération francilienne.

Après une période de renforcement de la métropole parisienne à l'international avec les grands chantiers de la culture parisiens - Grand Louvre, BNF, Opéra Bastille, Branly etc. -, la géographie des lieux d'implantation de cette nouvelle vague de décentralisation culturelle, porteuse d'histoire, est signifiante. « Metz est une ville de culture allemande obéissant dans le domaine culturel à la loi d'Empire de 1908, Marseille une ville grecque culturellement tournée vers la rive Sud de la Méditerranée et Lens une ville frontière plus près de Londres et de Bruxelles que de Paris »⁴⁴. Amener la culture française aux frontières de la République et dans des territoires culturellement *en marge*. La préfiguration d'une Comédie-Française à Bobigny s'inscrit bien dans cette logique. Salomé Brousski dans son livre *La Comédie-Française, idées reçues*, montre combien ce théâtre reste dans l'opinion « le théâtre officiel de la nation »⁴⁵. Ainsi, on peut avancer que Bobigny reste pour l'Etat hors de la métropole culturelle puisqu'elle est aujourd'hui considérée comme un territoire d'intervention prioritaire. En implantant la Comédie Française en Seine-Saint-Denis on y plante les germes d'une culture républicaine qui, pour l'instant, y ferait défaut.

C- Vers un théâtre métropolitain

La tentative de décentralisation culturelle dans laquelle s'inscrit le projet de la Comédie-Française n'a rien d'original. Il existe déjà en petite et grande couronne de nombreux exemples de décentralisations reconnues lors de leur création comme des changements sensibles dans la relation centre-périphérie au sein la métropole culturelle. La MC 93 comme les autres centres dramatiques nationaux de Nanterre, Gennevilliers ou Montreuil se sont inscrits dans un même mouvement de démocratisation et décentralisation d'après les prescriptions de Malraux. Construit sur le constat d'échec de la MC 93, le projet du Français à Bobigny est de faire à nouveau rentrer la culture française-parisienne dans les lieux aujourd'hui peu touchés par elle. Cela permettrait à

⁴³ Déclaration officielle de Christine Albanel, ministre de la culture, le 9 octobre 2008

⁴⁴ Daniel Barroy, Ministère de la Culture et de la Communication et ancien directeur de la DRAC Lorraine sur la décentralisation culturelle à l'occasion de l'inauguration prochaine du Centre Pompidou-Metz A Sciences Po Paris, 14 avril 2010

⁴⁵ BROUSSKY S. *La Comédie-Française, idées reçues*, Le cavalier bleu, oct. 2001

une population métropolitaine, selon Murielle Mayette, d'accéder à une offre qu'elle ignorait : non pas parce que le voyage eut été impossible, mais parce que « l'ambiance » qui entoure le théâtre était un frein.⁴⁶ Murielle Mayette l'a annoncé, «... *la mission ne change pas. C'est l'interprétation qu'on en fait qui change. Il faut s'adapter au monde, comme nous le faisons déjà avec les captations télévisées ou l'édition de DVD. Il faut aller vers un public qui ne viendra jamais salle Richelieu, parce que c'est trop loin, parce qu'il est trop impressionné pour cela.*»⁴⁷ Déplacer le théâtre pour Mayette revient ainsi à extirper le théâtre, devenu abstraction féconde, du contexte imposant que donnent le Palais Royal et les 1er et 2nd arrondissements. La comparaison que l'administratrice fait entre les spectacles à la télévision ou sur DVD et le déménagement de la Comédie-Française à Bobigny montre combien les populations de banlieue sont pour elle hors d'atteinte de ce théâtre pourtant situé aujourd'hui à moins de 9 kilomètres de Bobigny. La liaison entre Paris et cette ville de banlieue est déjà bonne puisque directe en métro. Ce déménagement est une nouvelle tentative d'amener physiquement le théâtre à des secteurs nouveaux de la population métropolitaine tandis que la présence des centres dramatiques et scènes nationales⁴⁸ de banlieue est déjà souvent contestée.

Il est vecteur d'un message fort : le Français en Banlieue, c'est un théâtre qui ne tombe pas dans le traditionalisme, un traditionalisme qui pourrait éroder sa mission d'éternel passeur de la culture française. Ainsi, Mme Mayette affirme que « *Le Français est un théâtre de son temps. Il ne dépend d'aucune tradition, contrairement au théâtre japonais. Plus encore, il se doit de scruter les formes de représentation à travers toutes les esthétiques, celle des maîtres, mais aussi celle des interrogateurs qui jouent avec les codes* »⁴⁹. Il ne s'agit donc pas seulement d'aller à la rencontre d'un nouveau public, mais il s'agit avant tout de « rajeunir » ou « dépoussiérer » un théâtre qui tente de s'orienter vers le contemporain depuis plusieurs années. Dans cette vision élitiste d'un espace métropolitain anisotrope, centralisé, le Grand Paris est profondément hiérarchisé par des valeurs culturelles et par la temporalité de ces valeurs. Se déplacer vers la banlieue, c'est faire l'expérience de la contemporanéité. Aussi les théâtres de banlieue jouent-ils souvent sur cette image de *lieu du temps présent* ou de l'avant-garde en réaction aux institutions du « centre ville ». Ils sont insérés « *dans une géographie humaine qui place ces théâtres à l'avant-garde de la conviction publique* »⁵⁰.

Il est frappant de noter à ce titre que l'organisation radiale du réseau de transport métropolitain fait de la Comédie-Française déjà en plein cœur de Paris et de la culture française la plus traditionnelle l'un des lieux des plus accessibles depuis l'ensemble de la région métropolitaine

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Centre Dramatique Nationaux

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Discours de départ d'Alain Ollivier, administrateur du Théâtre Gérard Philippe de Saint Denis, mai 2007

avec la présence des RER et du nœud intermodal de Châtelet les Halles. Les grands temples de la culture française que l'on cherche à décentraliser (Louvre, Centre Pompidou et Comédie Française) sont tous situés dans un périmètre de 500 mètres autour du centre du réseau métropolitain. Ce déplacement à Bobigny, dans une ville desservie par une seule ligne de métro, amène le théâtre dans un lieu nettement moins accessible mais qui a l'avantage selon Mayette de se trouver davantage en phase avec la culture « *d'aujourd'hui* ». La station de Châtelet est pourtant connue pour être le lieu de rendez vous privilégié des jeunes des différentes banlieues sensibles⁵¹ et présentait par là-même cet avantage sur Bobigny que toutes les populations, de tous les horizons métropolitains - jeunes des banlieues sensibles des autres départements compris - puissent y accéder en peu de temps. Etre à deux pas de Châtelet et au point de contact de toutes les cultures, n'est-ce pas cela aussi, l'expérience de la contemporanéité ? Si la migration du théâtre s'accompagne d'une simple migration des publics, l'argument qui fait de Bobigny un lieu relativement éloigné de Paris risque de se retourner contre la Comédie-Française qui pourrait perdre une part de son public traditionnel. Pour Patrick Sommier, cette mobilité culturelle des franciliens est en berne « *Jusqu'il y a quinze ans, on sillonnait la région beaucoup plus naturellement (...) C'est paradoxal, on ne parlait pas encore du grand Paris mais il existait vraiment* »⁵². La question de l'accessibilité conjuguée à celle de la sociologie du public de théâtre⁵³ s'est déjà posée à la MC 93 mais aussi aux Amandiers à Nanterre ou à la Commune d'Aubervilliers qui ont du mettre en place un service de navettes entre ces communes de banlieue, les gares RER et Paris les soirs de représentation, comme pour réduire la distance entre la capitale et sa banlieue.

La Comédie Française a cherché par cette opération à renouveler son image en s'ouvrant à un répertoire plus contemporain dans des lieux qui semblaient la dégager du poids des siècles. L'administratrice Muriel Mayette parie sur l'existence d'un public plus métropolitain que parisien que le Palais Royal repousserait. La tentative de renversement de l'équipe de la MC 93 trouve son origine dans la volonté de la Comédie Française de trouver une nouvelle salle mais cette perspective eut été inenvisageable sans le soutien des pouvoirs publics locaux et la remise en cause de la gestion du centre dramatique de Bobigny.

II- La MC 93, en proie à ses vérités?

⁵¹ BAUDOUIN T., BERTHO, A., COLLIN M., HASS C., HERARD, M., *Jeunes métropolitains aux Halles*, Contrat de recherche CEME, Ville de Paris, septembre 2007

⁵² Patrick Sommier cité dans « Théâtre en banlieue, rideau sur les clichés », par B. Etchegaray, *Mégalopolis*, le magazine du très grand Paris n°4, jan. 2011

⁵³ « Les publics du spectacle vivant », Ministère de la culture, Direction de la musique, de la danse, du théâtre et des spectacles, *Repère DMDTS* n°4, Février 2008 11

A- Une relative unanimité politique

A la recherche d'une nouvelle salle de répétitions et de représentations, l'administratrice de la Comédie Française se voit proposer la scène de Bobigny par le ministère. La communication autour de la probable fusion sonne comme un arrêt pour les gestionnaires de la MC 93. Cette « *décision bâtive, sans concertation* » provoque la fureur de l'autre côté du périphérique, à Bobigny. Patrick Sommier, directeur de la MC 93 n'a pas été convié à la prise de contact entre les différents partenaires associés au projet en septembre 2008. Si les différentes collectivités, Etat, région mais aussi département - avec une Seine-Saint-Denis qui œuvre pour la culture au nom de la compétence générale- étaient présents avec la directrice de la Comédie-Française, aucun responsable de la MC 93 n'avait été convié. Patrick Sommier évoque à ce sujet un impérialisme méconnu depuis la Seconde Guerre Mondiale "Never in a time of peace have we seen one theatre make another one disappear in order to expand," il cite alors Primo Levi, "As described in [Levi's] If This is a Man, the feeling of revolt comes when you feel you have no identity and that anything can be done to you without your accord."⁵⁴ Décentralisation contre impérialisme culturel, l'exposé des visions antithétiques de ces acteurs culturels se poursuit. Cependant peut-on sérieusement parler d'impérialisme si la gestion du théâtre devait être prouvée *comme* défectueuse ?

Par ailleurs, en quel nom l'Etat - sinon celui du dirigisme jacobin qui semble le caractériser- a-t-il été à l'initiative de cette décision alors même il n'est pas le principal financeur de la MC 93 ? Présent au travers de ses services déconcentrés (DRAC), il a certes pour mission de suivre l'activité et la gestion des scènes conventionnées pour la discipline théâtrale et de « *soutenir des actions en faveur de l'élargissement des publics*⁵⁵ » mais il n'en est pas le seul garant. La Comédie-Française est certes sous la tutelle directe de l'Etat, mais la MC 93 s'inscrit, elle, dans le réseau des maisons de la Culture d'André Malraux et son fonctionnement est assuré en partenariat entre l'Etat et les collectivités locales. Son principal financeur n'est autre que le département⁵⁶ de Seine-Saint-Denis, qui subventionne à hauteur de 55% le théâtre. « *À la rentrée, alors que le projet en était toujours à ses premiers pas, nous avons consulté le président du conseil général et la maire de Bobigny qui ont tous deux été très positifs. Nous avons également informé M. Schweitzer, président de la MC 93, dont le directeur a été reçu au Ministère* »⁵⁷

⁵⁴ *The Observer* (England), October 19, 2008 "Paris underdog battles bastion of elite culture: Theatre merger leads to conflict in the arts world", Jason Burke, Paris Pg. 34.

⁵⁵ <http://www.culture.gouv.fr/culture/sites-dracs/ile-de-france/missions.html>

⁵⁶ Voir Annexe 1. Données Ministère de la culture, oct. 2008

⁵⁷ Réponse du ministre de la culture et de la communication à la question orale de M. Jean Christophe Lagarde, député Nouveau Centre de Seine St Denis, 03 décembre 2008, JO p.8024

La position de Claude Bartolone, président du conseil général de Seine-Saint-Denis s'avère ambiguë. Engagé dans la promotion de l'action culturelle, il est à l'initiative en décembre 2009 de l'appel national « la culture en danger »⁵⁸ lié à la réforme des collectivités territoriales lancée par le gouvernement. S'il parait s'être déclaré en faveur du projet dans un premier temps, il s'est retiré du débat avec précaution face à la fronde du milieu artistique. Le fait que le département, principal bailleur de fonds de la MC 93 cherche à se débarrasser de ce théâtre au profit de Bobigny est la source de conflits récurrents avec la municipalité selon un agent en charge de la rénovation urbaine à Bobigny⁵⁹. La position du département montre bien la situation délicate dans laquelle se retrouvent un grand nombre de collectivités locales. Certains départements comme la Seine-Saint-Denis s'interrogent sur l'opportunité de continuer à aider les structures lourdes qui bénéficient d'un financement croisé conséquent de la part de l'ensemble des pouvoirs publics, comme la MC 93. Il semble légitime dans un département où le poids des actions purement socio culturelles se montre considérable et souvent à sa seule charge, qu'il préfère se replier sur des structures intermédiaires le jour où on lui annonce la venue d'une Comédie-Française subventionnée à grands renforts de deniers de l'Etat. L'engagement de l'Etat à Bobigny représentait donc une aubaine pour les collectivités locales, mairie comme département auraient pu bénéficier d'un service culturel prestigieux sans avoir à le soutenir. Le constat d'un repli des subventions sur les petits acteurs culturels pour lesquels le soutien des départements s'avère « plus que vital » a ainsi été établi par François Deschamps, président de l'association de collectivités *Culture et départements*.

On ne s'étonnera alors pas de la faible solidarité du monde politique (local comme national) envers la direction de la MC 93 : ce déménagement était populaire aux yeux de l'opinion, économe pour les collectivités locales voire rémunérateur en terme d'image. Politiquement, tandis que l'affaire a connu un retentissement national, aucune prise de position des membres de l'opposition n'a été soulignée et les réactions se sont limitées à la presse spécialisée, elle-même divisée. « *Le Gouvernement qui, je le répète, a l'appui de l'ensemble des autorités locales - quelle que soit leur couleur politique - et celui de la population, entend-il donner corps à cette implantation ? (...) Nous tenons beaucoup à votre soutien à ce beau projet, dont il sera toujours temps de discuter ensuite des modalités.* »⁶⁰ déclarait en décembre 2008 un élu de Seine-Saint-Denis. De sorte que se dégage l'impression d'assister avec cette polémique au re-jeu, à la re-mise sur scène des tensions inhérentes à la

⁵⁸ <http://www.lacultureendanger.fr>

⁵⁹ Entretien au 1^{er} avril 2011

⁶⁰ Question orale de M. Jean Christophe Lagarde, député Nouveau Centre de Seine St Denis à la ministre de la culture et de la communication, 03 décembre 2008, JO p.8024

problématique de la démocratisation culturelle : unanimité du politique d'une part comme le souligne Pierre-Michel Menger⁶¹, et ambiguïté d'un milieu artistique d'autre part avec sa volonté de toujours maintenir par un art marginal et d'avant-garde une certaine logique de distinction⁶². Face à un relatif accord des financeurs, les pressions exercées par « *la seule défense de corporations ou de castes, et non l'intérêt de la population* » auraient-ils finalement permis l'abandon de cette initiative⁶³ ?

⁶¹ « L'unanimité est politique puisque la démocratisation culturelle est le paradigme dominant de toutes les politiques culturelles depuis le Front populaire, et n'a réservé que la portion la plus congrue aux revendications de démocratie culturelle » MENER M. in Emmanuel de Waresquiel, Dictionnaire des politiques culturelles, Larousse CNRS, 2001, p184

⁶² BOURDIEU P. *La distinction*, Minuit, 1979, pp. 253-254

⁶³ Dix huit mois après la polémique et malgré les différentes annonces du Ministère, l'opération semble avoir été abandonnée et n'est pas à l'ordre du jour du nouveau ministre de la culture et de la communication Frédéric Mitterrand.

B- De la recherche des subventions...

Christine Albanel ne pouvait être plus explicite quant aux raisons qui sous tendaient la fin de la MC 93 telle qu'elle fonctionnait jusqu'à présent : « *Depuis quelques années, le public répond moins présent, le nombre de spectacles et de représentations diminue sensiblement, et l'image même de la MC 93 en France comme à l'étranger pâlit (...) Et cette baisse de régime, je tiens à affirmer ici qu'elle n'est en aucun cas liée à un soi-disant désengagement des collectivités, et de l'Etat en particulier, qui n'ont jamais cessé de soutenir financièrement le fonctionnement de cette structure : les chiffres qui figurent dans le dossier de presse, en sont l'illustration la plus transparente. Il est donc de la responsabilité des collectivités publiques – qui, je le répète financent et gèrent ce lieu – de tenir compte de ces constats et de tenter d'infléchir ces tendances en inventant ensemble un nouveau projet : c'est ce que nous proposons de faire avec la Comédie-Française.* ». Si Patrick Sommier a beau jeu de faire croire *a posteriori* que ce projet n'était qu'une fantaisie de la part de Murielle Mayette, l'argumentaire du Ministère, chiffres à l'appui, remet bien en cause le travail et le bilan de son équipe de gestion. Ce communiqué⁶⁴ dénonce le coût d'un théâtre qui selon le communiqué, remplit de moins en moins sa fonction première celle de démocratisation culturelle. Le spectre de la déroute budgétaire déficit connu le Théâtre Gérard Philippe de Saint Denis à la fin des années 1990 est encore à l'esprit des experts du ministère⁶⁵.

etMinistère a jugé bon de rendre public un bilan détaillé du budget et de la fréquentation de la MC 93 entre 2004 et 2007, et un bilan relativement court et peu détaillé des activités de la Comédie-Française entre 2006 et 2008. Le bilan de la MC 93 a été jugé « faux » par Patrick Sommier qui assure que ces chiffres sont en partie erronés. Au premier coup d'oeil, on constate que les deux établissements n'ont, évidemment, pas le même budget⁶⁶. Ils n'ont ni la même notoriété, ni le même statut. Établissement public national subventionné, placé sous la tutelle du ministre chargé de la Culture et de la Communication, la Comédie-Française a obtenu 24,2 millions d'euros de subventions de l'Etat en 2008 sur un budget de fonctionnement de 32,6 millions d'euros. Depuis 2006, elle tente de diversifier ses activités et de développer le mécénat. La MC 93, de financement mixte entre collectivités locales et DRAC, a quant à elle obtenu en 2007 5,3 millions d'euros de subventions sur un budget de fonctionnement de 7 millions d'euros. Bien que la ministre en présentant ces chiffres a insisté sur la mauvaise année 2005/2006 pour la

⁶⁴ Présentation des futurs projets de collaboration entre la et la MC 93 à Bobigny, Ministère de la culture et de la communication, 6 octobre 2008

⁶⁵ En octobre 1999, le TGP connaissait 10 millions de francs de déficit et se voyait menacé de fermeture.

Libération, le 12 octobre 1999, TGP : très graves pertes. Le « théâtre citoyen » au bord de la faillite par René Solis.

⁶⁶ Cf. Annexes 1 et 2

MC 93, l'absence de données 2005/2006 pour la Comédie-Française ne permet pas de soutenir la comparaison sur cette saison. En revanche, l'exercice 2007 pour lequel les données sont fournies montre que l'autofinancement des deux institutions relève d'un ordre de grandeur similaire puisqu'il atteint respectivement 24,8% pour la Comédie Française et 24,3% pour la MC 93. Les budgets de fonctionnement sont sensiblement différents puisqu'ils font état d'un rapport d'un à quatre. Le manque de ressources propres semble cependant poser problème aux deux structures, ce que prouve la recherche de mécénat et de diffusion sur de nouveaux supports lancés par le Français. « *La question fondamentale reste celle du financement qui n'a, à ce jour, pas encore été décidé. Les deux établissements manquent de moyen* »⁶⁷, affirme N. Simon du *Figaro* à la suite de cette polémique.

C- A la recherche d'un public

Ce n'est donc pas essentiellement sur des critères budgétaires que la critique du Ministère s'appuie, la Comédie Française n'incarnant pas un exemple de divertissement bon marché pour la puissance publique. C'est la progressive désaffection des publics pour la MC93 qui est dénoncée, avec une saison 2005/2006 particulièrement catastrophique selon le Ministère : un taux de remplissage des salles de 46% seulement dont 39% de spectateurs invités.⁶⁸ La part de places payées sur la jauge totale tombe ainsi à 30% seulement. Cette année fut particulièrement mauvaise pour la MC 93 puisque la production et les tournées ont également atteint des niveaux extrêmement bas. Les saisons suivantes ont été en revanche nettement meilleures pour ma maison de la culture balbynnienne avec un taux de remplissage de 70%. La baisse générale de la fréquentation est due selon P. Sommier à la baisse de l'offre en spectacles, directement liée aux baisses de subventions, ce que réfute Christine Albanel.⁶⁹ Il affirme subir des contraintes budgétaires fortes liées à l'augmentation des frais de fonctionnement (salaires, charges) et la stagnation des subventions. Les subventions de la MC 93 ont progressé de 200.000 euros en dix ans, alors que la masse salariale augmentait d'un million⁷⁰. "Si les subventions diminuent, on fermera. On essaie de faire des miracles de gestion, mais on n'a plus rien et on ne sait plus où faire des économies" s'est défendu le directeur de la MC 93 dans le journal *le Parisien*⁷¹ assurant que les subventions n'ont pas augmenté depuis 1995. Le Ministère reproche à l'équipe de direction de faire de moins en

⁶⁷ « Le statut très envié de la Comédie-Française », N. Simon, *Le Figaro*, 17 octobre 2008 15

⁶⁸ Cf. Annexe 1

⁶⁹ Présentation des futurs projets de collaboration entre la et la MC 93 à Bobigny, Ministère de la culture et de la communication, 6 octobre 2008

⁷⁰ Données budgétaires P. Sommier pour la MC 93

⁷¹ *Le Parisien*, 27 mars 2010

moins d'entrées, et de cibler un public élitiste. Face à la difficulté que rencontre le directeur de la MC 93 pour justifier le réel engagement de son équipe dans une politique lourde de démocratisation culturelle, le Ministère propose un cahier des charges relativement détaillé pour la future Comédie-Française de Bobigny, en présentant « *Un Projet artistique autant que social et pédagogique* »⁷². Si le directeur de la MC 93 a réussi à fédérer un grand nombre d'acteurs du monde de l'art et a obtenu de la part de ses pairs un soutien fort, du côté des politiques, élus locaux ou membres de l'opposition parlementaire, on n'observe que très peu de soutiens.⁷³ La MC 93 s'est imposée comme une scène majeure du milieu artistique parisien en s'orientant depuis les années 1990 vers un théâtre international et d'avant-garde, notamment vers le jeune théâtre allemand sous les directions de René Gonzalez puis d'Ariel Goldenberg. De là serait né un divorce entre la maison de la culture et les aspirations socioculturelles soutenues par les élus. Marcel Cornu expose déjà le problème en 1989 « *Si fiers qu'ils soient de la réputation de la MC 93, trop peu de Balbyniens en connaissent le chemin même ceux qui sont de proches voisins. Comme s'il s'agissait de spectacles, par principe, difficiles.* »⁷⁴ La question de la démocratisation reste inchangée vingt ans plus tard, mais lorsqu'elle se heurte aux volontés du Ministère et des administrateurs de la Comédie-Française, il paraît bien commode de la convoquer.

Les chiffres avancés par le Ministère ont été contestés par Patrick Sommier. Ils dénotent néanmoins une certaine désaffection du public sur certaines saisons et ce malgré des entrées à « *30 000 places comme pour le spectacle de Fellag* ». Cependant, la fréquentation la plus récente (2007 – 2008) ne permet pas de passer la MC 93 au pilori lorsque la Comédie-Française reste elle-même extrêmement coûteuse. Dans tous les cas, l'investissement que représente une Comédie-Française à Bobigny devra être amorti par une hausse certaine du public. Or rien n'est moins sûr à l'heure actuelle. Le public acquis à la MC 93 n'est pas celui de la Comédie-Française. La programmation que le public de la MC 93 recherche est certainement plus proche de celle d'autres scènes comme La Colline, la Commune d'Aubervilliers ou le Théâtre de la Ville de Paris que de celle du Français. Tabler sur l'image de marque de la Comédie-Française pour garantir une augmentation du public de banlieue paraît peu crédible.

En outre le projet « *artistique, social et pédagogique* » du Ministère, si ambitieux qu'il fût, paraissait extrêmement coûteux et envisageait de laisser une part très importante aux invitations alors qu'il s'agit là des reproches faits à la MC 93, notamment pour les scolaires. Comment, en

⁷² Ibid.

⁷³ In Emmanuel de Waresquiel, *Dictionnaire des politiques culturelles*, Larousse CNRS, 2001, p.184 16

⁷⁴ CORNU, Marcel, *Conversations avec Bobigny*, Messidor, 1989, Paris

proposant davantage de « social », ne pas réduire la capacité d'autofinancement de l'institution ? Dans tous les cas, l'enjeu eut été pour la Comédie-Française de faire mieux que la MC 93, à armes égales. Dans le cas contraire et c'est peut être aussi pour cela que le plan a finalement échoué, tout l'argumentaire du Ministère devenait caduc. Pour évaluer le bilan de la MC 93 à Bobigny, une comparaison avec des théâtres publics situés dans des communes aux caractéristiques similaires serait certainement plus féconde qu'une comparaison avec le Français. L'une des caractéristiques de la MC 93 n'est-elle pas qu'elle est située au cœur de territoires fragiles économiquement, pris dans un champ bien spécifique de l'action publique, celui de la politique de la ville ?

Il est indispensable au-delà des bilans de gestion de lire le théâtre dans son environnement et de ne pas détacher un établissement culturel de la scène urbaine dans laquelle il s'inscrit. Des relations légitimant la présence du théâtre se sont-elles construites entre la MC 93 et le milieu socio-économique local au-delà des seuls bilans de gestion qui lui sont défavorables selon le ministère ?

III- Bobigny scène culturelle

Pour comprendre comment s'est structuré le milieu culturel balbynien il est nécessaire d'analyser ses spécificités. Cela nous permettra de concevoir au-delà des logiques d'action ou des stratégies de l'Etat, des collectivités et des directeurs de théâtre, comment l'intégralité des acteurs locaux a contribué à créer à Bobigny un environnement dans lequel une Comédie-Française aurait eu bien du mal à s'intégrer.

A- Analyse du « milieu » culturel balbynien

Il n'existe pas d'enquête à la commune sur les pratiques culturelles⁷⁵. Le recensement du nombre d'associations et d'entreprises liées au secteur culturel permet de montrer que Bobigny tire son épingle du jeu en Seine Saint Denis. Patrick Sommier affirme que seulement un peu plus du quart de son public est parisien⁷⁶. La carte ci-dessous recense le nombre d'associations culturelles et éducatives par commune pondérée par la population. Il s'agit de l'une des rares statistiques disponibles pour une analyse géographique des données culturelles dans la métropole.

⁷⁵ L'INSEE ne produit pas d'enquêtes géo localisées sur les pratiques culturelles plus précises qu'à l'échelon national, la commune n'en a pas menées à ce jour.

⁷⁶ « Théâtre en banlieue, rideau sur les clichés », par B. Etchegaray, *Mégalopolis*, le magazine du très grand Paris n°4, jan. 2011

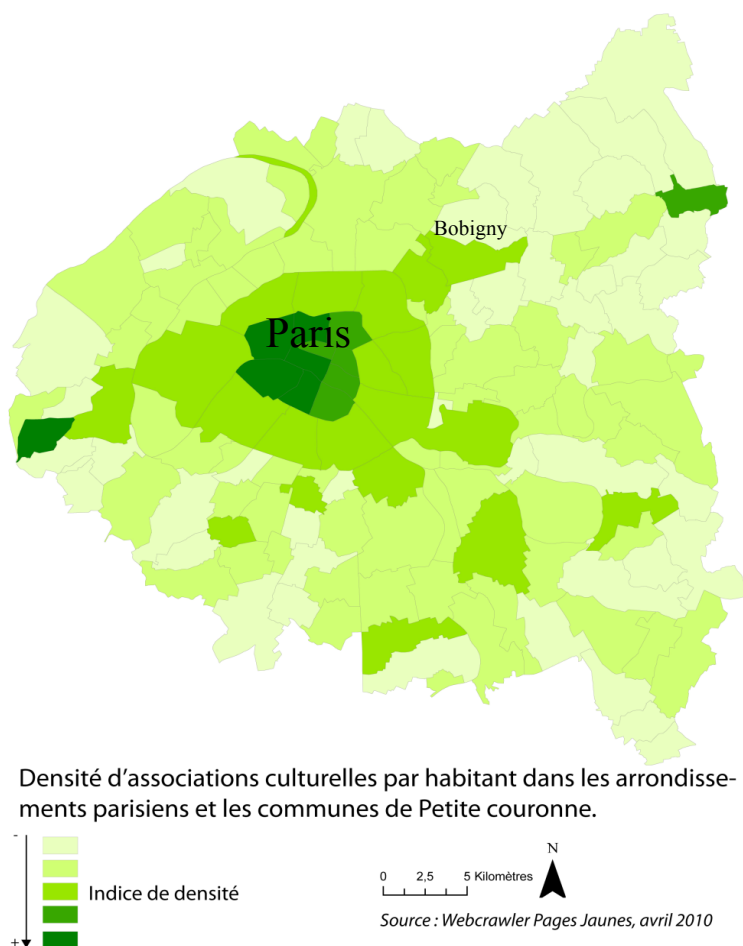


Figure 1. Densité d'associations culturelles par habitant pour les différents arrondissements parisiens et communes de Petite couronne. Réalisation Mathias Rouet

Paris se distingue nettement avec en moyenne 80 associations culturelles par arrondissement. Si la centralité

parisienne constituait un élément attendu, plusieurs communes de banlieue dont Bobigny se dégagent à l'issue du traitement statistique. Les petites communes (l'Ile Saint Denis, Vaujours) et les communes riches (Marnes la Coquette, Saint Cloud) sont surreprésentées et connaissent des densités d'associations élevées, comparables à Paris. La présence de Bobigny parmi les communes les plus richement dotées en associations culturelles en est d'autant plus exemplaire. Son cas semble se rapprocher de celui d'Aubervilliers, autre commune se détachant des basses densités de Seine Saint Denis. Les communes de Boulogne, Montreuil sous Bois et Saint Denis, les plus peuplées de Petite couronne ne se dissocient pas de leurs voisines. Saint Denis et Montreuil,

communes en cours de *gentrification* semblent s'ancrer dans des dynamiques locales (leur densité culturelle ne se distingue pas des communes alentour) mais cette logique de régénération sociale les inscrit dans une porosité accrue avec la culture parisienne.

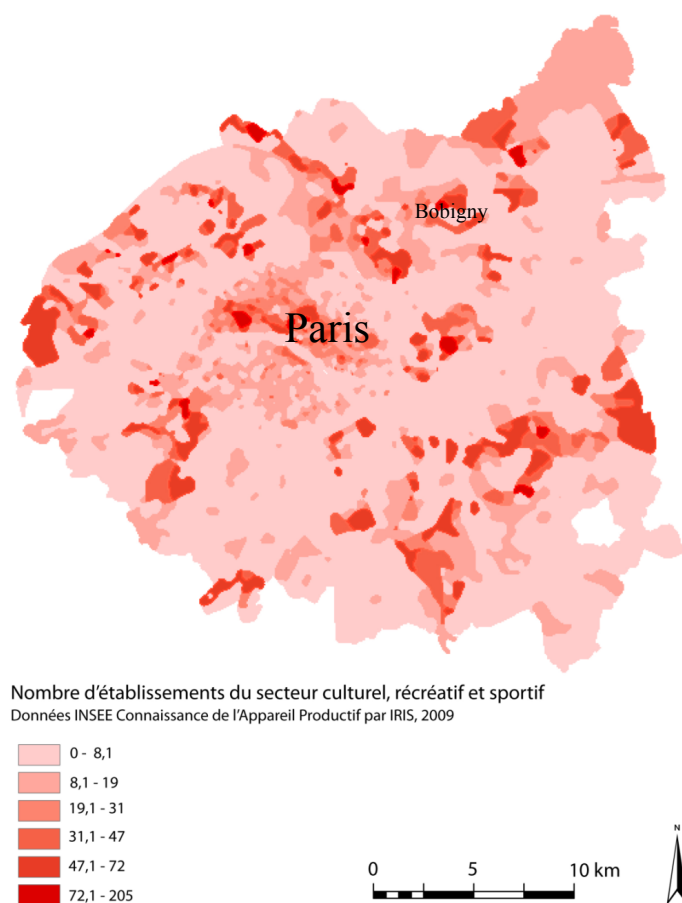


Figure 2. Etablissements du secteur culturel par IRIS, Connaissance de l'appareil productif INSEE. Le cas de Bobigny pourrait se rapprocher de celui de Créteil. Toutes deux préfectures, ces communes sont marquées par un urbanisme volontariste et par la présence des administrations de l'Etat. Bobigny n'abrite en revanche aucun établissement d'enseignement supérieur. Tout comme Aubervilliers, ces villes abritent une maison de la culture. On peut postuler que l'on retrouve dans ces trois communes un *écosystème urbain singulier*, fruit de la coopération sinon d'une cohabitation entre deux milieux culturels et deux systèmes (issus des mouvements

de démocratie et de démocratisation de la culture) sur fond de politique de la ville depuis le début des années 1980. Sans préjuger de lien de causalité entre les deux observations on peut corréler positivement la présence d'un centre d'art dramatique (Amandiers, MC 93, MAC ...) au nombre d'associations culturelles.

Sur cette carte de Paris et des trois départements limitrophes, les données INSEE recensant les « établissements et entreprises » liés au secteur culturel sont représentées à l'IRIS (Ilot regroupé pour l'information statistique cumulant environ 2000 habitants)⁷⁷. Cette carte nous permet de tempérer le principe de monopole culturel parisien, pourtant confirmé par la carte des associations culturelles vue plus haut. On observe un polycentrisme inattendu et une répartition des établissements culturels équilibrée entre les trois départements de petite couronne, pourtant socialement si contrastés. Bien que la taille des IRIS soit plus réduite au centre de la ville de Paris, on observe une activité associative forte en banlieue.

En mettant en valeur quelques communes de banlieue où une scène conventionnée a été créée, on remarque que l'implantation d'entreprises et non plus seulement d'associations du

⁷⁷ On a ici fait le choix d'effacer les frontières entre IRIS pour mieux visualiser les logiques réticulaires et aéroliques qui transcendent les limites administratives traditionnelles. On visualise combien les réseaux culturels dépassent le découpage administratif et les contingences locales.

secteur culturel y est forte. Ainsi, si la densité de population à Paris est telle que l'on y observe un grand nombre d'IRIS où les entreprises culturelles sont très fortement implantées (1e, 2e, 3e, 4e, 8e, 11e), on peut remarquer que de grandes communes de banlieue n'ont rien à envier aux scores parisiens. Ainsi existe-t-il, en banlieue et dans des communes aux revenus fiscaux limités, un réseau dense d'établissements non associatifs du domaine culturel. Les communes bénéficiant par ailleurs d'un centre dramatique paraissent particulièrement bien loties. La vitalité des entreprises culturelles en Seine-Saint-Denis, qui compte trois des trente-trois centres dramatiques nationaux français est aussi remarquable que celle des Hauts-de-Seine où les revenus des ménages sont environ trois fois supérieurs. Certes, il ne s'agit pas de chiffres d'affaire ou de fréquentation de ces structures mais la présence d'une grande scène est corrélée positivement avec la présence d'un tissu d'entreprises culturelles et récréatives. Par comparaison avec les autres communes de Seine-Saint-Denis, Bobigny fait bonne figure, d'autant que les entreprises bobyniennes ne profitent pas de la proximité à Paris comme à Aubervilliers, ni de la présence d'une population relativement aisée pour le département, comme c'est le cas au Raincy ou dans le bas Montreuil.

B- Un modèle culturel émergent

Les modèles culturels qui se sont formés en banlieue, uniques, résultent d'un équilibre certes instable mais précieux entre scènes nationales d'avant-garde et associations socioculturelles : entre démocratie et démocratisation. Que faire alors de la décentralisation d'un équipement culturel exceptionnel comme la Comédie Française ?

La MC 93 a été l'une des initiatives culturelles qui ont le plus réussi en banlieue. Selon les termes de l'équipe, l'espace géographique de ce centre est : *“Là où nous sommes, entre la Méditerranée et la grande plaine russe, le théâtre, la musique et la danse découvrent depuis des millénaires la face cachée de l'histoire des hommes.”*⁷⁸. Bien que la MC 93 utilise son emplacement en périphérie de la grande ville comme prétexte à un programme d'avant-garde, cette façon de présenter la situation du théâtre ne fait pas de la banlieue le fondement même ni la définition de ce lieu culturel. En revanche, la présentation du théâtre le montre comme ayant des relations profondes avec la ville de Bobigny elle-même. *« A l'époque de la préfiguration de la MC93, en 1966, des questions essentielles se posent dans le cadre des développements urbains, les équipements doivent structurer la ville.”*⁷⁹ La décision fut alors prise d'investir dans de grandes infrastructures culturelles. *« Entre la place de la Libération et l'hôtel de ville, à*

⁷⁸ http://www.mc93.com/public/institut/proj_art/index.htm

⁷⁹ Ibid.

mi-route on trouve (...) cet îlot institutionnellement et officiellement consacré haut lieu de la culture à Bobigny. Ici la Maison de la Culture de Seine-Saint-Denis (MC 93), et, derrière la bibliothèque municipale »⁸⁰. La volonté d'inscription du théâtre dans la ville a été très forte dès son ouverture. Le logo de la MC 93 à son ouverture le suggère : ce centre dramatique sera certes d'impact régional (93 et Paris) mais il restera attaché à la ville et ses projets. « Le graphisme du logo signifie l'attachement de MC 93 à Bobigny. Effectivement la Maison de la Culture est devenue un élément important de l'image de Bobigny »⁸¹. Avec le temps les initiatives d'avant garde se multipliant, la part du public parisien devenant de plus en plus présente, un certain divorce avec la ville s'est amorcé. Le théâtre se place aujourd'hui dans un réseau européen avec l'orientation de la programmation vers l'international. Une certaine image de marque de ce théâtre se met en place. La lisibilité de la marque MC 93 prime : le changement de logo est même symptomatique du décrochage entre Bobigny et la MC 93. Le département étant pour plus de la moitié son principal financeur, il paraissait en outre injuste que Bobigny y prenne une si grande place. Néanmoins le théâtre reste une marque de la présence à Bobigny d'un équipement au rayonnement national et international et il se revendique comme proposant une offre singulière, ce qui renforce une identité de la ville telle qu'elle a été pensée lors de son essor. « Aussi il est devenu nécessaire que par son nom même [Bobigny] évoque, pour l'opinion publique, on peut même avancer pour l'ensemble du pays, ses particularités les plus notables, ses mérites, ses succès, en somme, ce qui la distingue et fait sa personnalité ». ⁸²

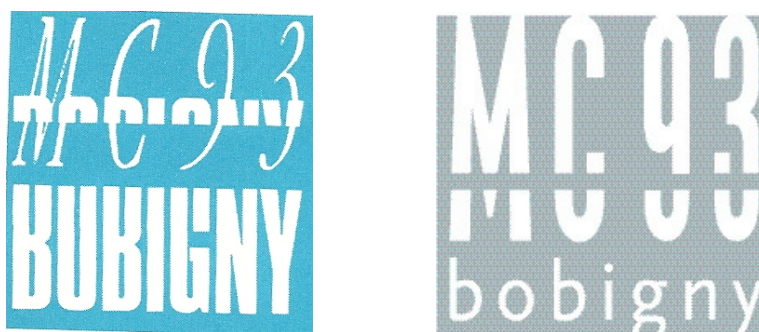


Figure 4. Ancien et nouveau logos de la MC 93

Bobigny, en tant qu'espace urbain périphérique, ne devrait pas être considéré comme un espace où la *décentralisation* est envisageable. Cet espace de banlieue remplit le rôle d'espace marginal en regard des activités traditionnelles du centre culturel qu'est Paris et fait ainsi figure de zone de renouveau de la créativité. Les communes de « transition » entre démocratie et démocratisation, lieux de passage, sont des espaces de promotion qui paraissent nécessaires au

⁸⁰ 45 CORNU, Marcel, *Conversations avec Bobigny*, Messidor, 1989, Paris

⁸¹ Ibid

⁸² Ibid.

bon fonctionnement des réseaux d'artistes.⁸³ Ainsi, Bobigny a vu depuis les années 1980 sortir un nombre considérable de jeunes artistes parmi ses habitants et a su prouver son implication dans la démocratie culturelle. La place de Canal 93 ou du cinéma le Magic à Bobigny en sont les témoins, et si en 2010 l'art de la rue s'expose au grand Palais, à la fondation Cartier ou à Beaubourg, mieux, si un concours de slam est organisé à la Comédie Française pendant la nuit blanche 2009, l'Etat en remerciement de cette vitalité artistique qu'il peine à reconnaître entend installer en retour sur ces territoires ses grandes institutions. Le projet de Comédie-Française à Bobigny semble s'inscrire exactement pour l'Etat dans la même vague que les décentralisations des musées d'art à Metz et Lens tandis que la créativité de banlieue et la créativité parisienne sont inextricablement liées.

La spécificité de Bobigny, ville de banlieue périphérique, paraît consister à servir comme Montreuil, Aubervilliers ou Vitry de laboratoire ou de maternité au milieu artistique métropolitain. Si l'Etat ne nie en aucun cas qu'il existe des réseaux culturels dans les villes visées par ces décentralisations (Lens, Metz, Marseille), il démontre avec cette tentative de décentralisation en banlieue qu'il ne considère pas la métropole culturelle dans toute sa diversité mais encore selon un modèle bipolaire Paris – Banlieue désert culturel. La métropole culturelle est pourtant déjà une et la proximité géographique de la Comédie-Française aux Balbyniens est déjà acquise. En aucune façon le problème du public de banlieue ne peut être conçu comme un problème de mobilité. Il existe certainement en revanche un déficit en motilité⁸⁴ - cette capacité à produire un projet de déplacement, ici culturel - des balbyniens que semble aujourd'hui pallier l'offre démocratique proposée à Bobigny. Il s'agit d'une offre unique dont les racines sont anciennes et résultent d'un environnement que Canal 93, comme le cinéma le Magic ou la MC 93 ont contribué à créer.

C- La greffe improbable de la Comédie-Française

Quels peuvent être les effets structurants d'une telle politique culturelle ? Il est possible d'analyser un lieu en recensant les équipements et commerces qui sont portés par la demande locale et la population⁸⁵. Ce type de démarche nous permet de cibler l'identité et les

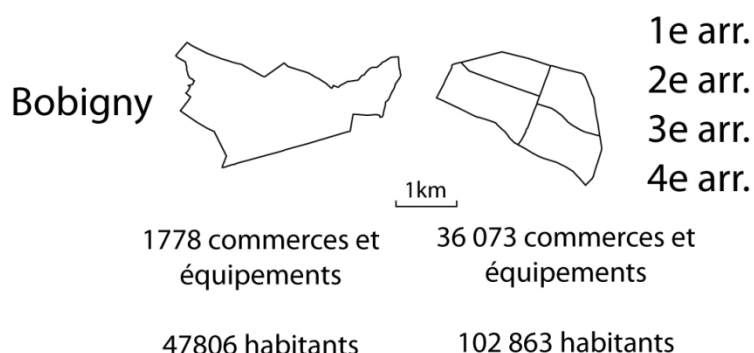
⁸³ Sur les réseaux artistiques métropolitains, voir, Brandellero, Calenge, Davoult, Halbert and Waellisch, "Paris, métropole creative. Clusters, Milieux d'innovation et industries culturelles en Ile de France » LATTS, Novembre 2008.

⁸⁴ La motilité est comprise comme « capacité à produire un projet de déplacement » pour Vincent Kauffman 2002. *Re-thinking mobility*. Burlington : Ashgate.

⁸⁵ CLARK T, SILVER D, ROTHFIELD L, *A theory of scene*, Chicago University Press, 2005

caractéristiques d'un territoire au-delà des simples composantes sociales qui font le lot des diagnostics urbains et des études de marché. Une analyse en termes de milieu de vie est alors envisageable. Si l'on parvient à montrer que le territoire cible d'une politique de décentralisation possède des caractéristiques endogènes fortes, qu'elles soient culturelles, économiques ou sociales, il est envisageable de comparer l'implantation d'un grand équipement à une greffe. Avec possibilité de rejet.

Nous l'avons vu au travers des statistiques relatives aux associations et aux établissements culturels, Bobigny est une ville qui occupe une niche écologique singulière dans le paysage urbain francilien. Son architecture de ville créée ex nihilo dans les années 1960 la singularise, comme Créteil, préfecture du Val-de-Marne. Concernant son urbanité, les commerces traditionnels, boulangeries, épicerie ou débits de boisson sont extrêmement peu nombreux: la ville est largement en-deçà de la moyenne francilienne par habitant. Pour exemple, tandis que les quatre communes frontalières de Bobigny ont une moyenne de 7500 habitants par bar-tabac, Bobigny monte à 15 000 habitants par bar-tabac. Cette ville présente systématiquement moins d'équipements de base que les communes alentour. Comment alors espérer renforcer un tissu commercial existant ? Ajouté à cela qu'il s'agit de l'une des communes de petite couronne les moins dotées en monuments et objets historiques⁸⁶, qu'il n'y a aucun musée, on ne sera pas surpris que la grande compagnie nationale installée à deux pas du Louvre (Richelieu et Studio Théâtre) et dans le VI^e arrondissement (Vieux Colombier) rencontre des difficultés à prendre racine à Bobigny.



Nombre de commerce et équipements présents pour chacun des territoires d'implantation des théâtres.

Source INSEE CLAP 2009.

⁸⁶Source Ministère de la culture, base Mérimée et Palissy

Qu'y a-t-il en moins qui puisse entraver la réussite de cette entreprise ? Des hôtels parmi les plus luxueux d'Europe, des touristes (le public de la Comédie Française est un public, comme celui des Opéras de Paris, parmi lequel les touristes occupent une place importante), des musées nationaux et privés, des librairies, et l'ensemble des restaurants, cavistes, fromageries, épicerie de luxe ou encore de cafés qu'on découvre au Palais Royal ou au Vieux Colombier. Ce sont ces aménités qui créent l'environnement du Palais Royal et font que la Comédie Française est bien implantée dans un réseau de consommations traditionnelles, semblables à un véritable système productif local, ou cluster autour de la culture française traditionnelle. Bobigny et les 1ers et 2nd arrondissements paraissent selon cette analyse du *milieu urbain* en tous points opposés.



L'avenue Lénine face à la MC 93 de Bobigny



La place du Palais Royal devant la Comédie Française

Le fait que Bobigny se démarque si nettement de Paris et des communes qui lui sont limitrophes suggère que la MC 93 de Bobigny a su créer des liens forts au territoire qu'une compagnie de théâtre au coeur du processus de civilisation depuis plus de 400 ans aurait bien du mal à tisser. Dans tous les cas en dépit ou bien à cause de cet environnement particulier, Bobigny a su développer l'un des programmes culturels les plus ambitieux de toute la banlieue et parvenir malgré tout à une fréquentation honorable. Autoproclamée capitale culturelle d'Ile-de-France, Bobigny présente une scène culturelle diversifiée et singulière. En plus de la MC 93, la radio Canal 93 connaît un succès qui ne se dément pas. Le cinéma le Magic ou encore la nouvelle maison internationale de l'Illustration sont des lieux fréquentés par les Balbyniens mais aussi par de nombreux publics des communes alentour. La densité de cette offre culturelle —riche— se nourrit du contact des populations locales pour générer un pôle d'activité et de création culturelle dans le Grand Paris.

L'analyse des discours nous a permis de montrer comment les collectivités s'attendent avec l'installation de la Comédie Française à des perspectives fortes de développement local. L'analyse du modèle balbynien qu'il s'agisse des pratiques ou de la consommation culturelles nous ont montré qu'il s'agit d'un terrain d'action à l'identité singulière. Quelles retombées nouvelles peuvent vraisemblablement espérer les collectivités ? Des retombées en terme de consommation directe d'abord si le nombre de spectateurs venait à augmenter, en terme d'image surtout et de capacité à attirer l'attention des investisseurs. Il nous est cependant permis de douter des effets d'une telle entreprise sur un territoire comme Bobigny. La maire de la commune avait pourtant comparé ce projet à l'arrivée « d'un Stade de France dans le domaine culturel ». Bobigny, ville d'une cinquantaine d'années seulement, fait pâle figure face à Saint-Denis, ville royale. Recensant plus de 100 000 habitants en 2006, la ville de Saint-Denis connaît un projet de rénovation urbaine et de soutien à l'investissement de grande ampleur (EPA Plaine de France), dont le Stade de France a été l'un des signaux les plus forts. Néanmoins l'effet structurant⁸⁷ d'un établissement sportif de 100 000 places n'est pas celui d'un théâtre, Comédie-Française ou non, et les perspectives de consommation des visiteurs sont fortement corrélées au seul nombre d'entrées. L'image de Bobigny est aujourd'hui celle d'une ville qui combine ambiance populaire et scène artistique d'exception. La Comédie Française pourrait-elle attirer des investisseurs à Bobigny ?

⁸⁷ En référence à l'« effet structurant » de la desserte en transports, OFFNER JM. *Les « effets structurants » du transport : mythe politique, mystification scientifique*, LATTIS, 1993

Si l'on en croit les théories de R. Florida sur la *creative class*⁸⁸, les investisseurs et consommateurs susceptibles de venir s'installer en banlieue ne recherchent absolument pas la tradition ou la formalité, valeurs portées qu'elle le veuille ou non par la Comédie-Française, mais des valeurs libertaires (comme nous l'avons vu pour Montreuil) entre tolérance et transgression. L'architecture de la ville d'abord, le soutien à la démocratie participative ensuite, la programmation européenne et contemporaine choisie par l'équipe à la tête de la MC 93 enfin donnent à Bobigny cette image. De nombreux artistes ou membres d'une classe créative « branchée » et solvable résident ou travaillent aujourd'hui à Bobigny. La suppression du centre d'art d'avant-garde peut être perçue comme une marche arrière de la part de ceux qui sont – et la maire de Bobigny ne doit pas s'y tromper – les plus à même de développer sa commune. A ce titre la position de M. Sommier est délicate : sa fonction le contraint à insister sur la fonction de démocratisation culturelle et d'ouverture du centre à tous les publics quand bien même l'une des meilleures perspectives de développement pour son théâtre et pour Bobigny réside certainement dans une programmation et une communication ciblées sur un théâtre résolument contemporain. La réussite du festival « Le Standard idéal », dédié au jeune théâtre européen, n'est-il pas l'un des moments forts et de ceux qui font le plus recette au cours de la saison, l'occasion pour la municipalité de valoriser son image de « capitale culturelle » de Seine-Saint-Denis ?

Conclusion : « Re-centralizing culture »

La MC 93 est à Bobigny au cœur d'un environnement culturel singulier, laissant une place importante à la démocratie culturelle. Ce réseau s'est constitué en parallèle de l'activité municipale qui a fini par ne plus soutenir la Maison de la Culture dans ses évolutions. L'abandon de cette initiative, lié à la mobilisation progressive du milieu du spectacle et à la démobilisation progressive au sein de la Comédie-Française, a certainement permis d'éviter un investissement fort peu rentable et qui n'aurait sans doute pas pu atteindre ses objectifs de « démocratisation ». La bataille entre la Comédie-Française et la MC 93 ou plus précisément entre le Ministère de la culture, la directrice de la Comédie-Française et les défenseurs de la MC 93 représente la pierre de touche d'un problème plus large de compréhension de la culture dans un contexte métropolitain. Dans son rapport récent sur le Grand Paris, l'APUR (Agence d'urbanisme de la ville de Paris) ouvre sur les propos suivants : « *Le premier constat est sévère : Paris est dans la Lumière et la métropole est dans l'ombre*

⁸⁸FLORIDA R, *The Rise of the Creative Class: And How it's transforming work, leisure, community and everyday life*, 2002, New York: Perseus Book Group

(...) Cette grande métropole, dont Paris ne représente qu'une toute petite partie, semble, comme dit Nouvel, n'avoir d'autre modèle que la ville qui l'a générée.⁸⁹ On constate avec « l'affaire Bobigny », comme se sont plu à l'appeler les journalistes en octobre 2008⁹⁰, que la continuité entre les initiatives culturelles à Paris et dans sa périphérie ne peut être ou ne devrait nécessairement pas se construire sur un modèle qui fait de la décentralisation et de la démocratisation un seul et même objet. Comme l'explique Panerai⁹¹, les banlieues sont des territoires d'innovation et de création. Cette innovation ne pâtirait pas d'un manque de communication entre les deux cotés du périphérique mais bien au contraire en serait le résultat.

Les politiques culturelles à Bobigny se sont singularisées bien avant la loi sur la décentralisation de 1982. L'Etat a renforcé par la suite la territorialisation de l'action culturelle. On a alors assisté à l'adaptation de la culture nationale, celle décrite par le ministère de la Culture à une culture de la ville, pénétrée d'un sentiment d'appartenance urbaine et de d'identité locale⁹². La création hors les murs requiert établissements de promotion et soutien à la diffusion au cœur des banlieues. La décentralisation d'un établissement culturel institué en banlieue au mieux créer l'indifférence, au pire inhiber des logiques démocratiques en marche. L'Etat constate un échec de la démocratisation en banlieue : on serait passé de l'utopie d'un « théâtre élitare pour tous »⁹³ à un « théâtre populaire pour peu »⁹⁴. Tandis que la banlieue rouge représentait des années trente aux années soixante-dix l'exemplarité des municipalités communistes à mettre en place localement les attentes des catégories populaires⁹⁵, la vision de la culture pour les élus en place ancre Bobigny dans une vision compétitive des territoires. Laboratoires de nouvelles offres de protections sociales et de loisir, ces municipalités que l'Etat a reprises progressivement à sa charge, furent des lieux de promotions sociales et culturelles privilégiés des classes populaires. La tentative de déménagement du premier théâtre français en banlieue montre que l'Etat ne reconnaît pas la création de modèles culturels alternatifs ni leur rôle au sein de la métropole. Plutôt que d'appuyer ces cultures émergentes en banlieue(s), s'organisant selon un modèle polycentrique, l'Etat fait preuve, sous couvert de démocratisation, d'une certaine forme de *recentralisation* en réaffirmant sa confiance dans les institutions parisiennes traditionnelles et historiquement liées au pouvoir.

⁸⁹ APUR, *Une Petite Synthèse du Grand Paris*, 2009, p. 21.

⁹⁰ « Une affaire mal engagée », L'express 2 oct. 2008 ou « Nouveau coup de théâtre dans l'affaire Comédie-Française - MC93 », L'express 10 oct. 2008...

⁹¹ PANERAI P, *Paris Métropole, formes et échelles du Grand Paris*, éd. de la Villette, 2008

⁹² LUCCHINI F, *La culture au service des villes*, 2002, Anthropos Economica, Paris

⁹³ Antoine Vitez « classique et populaire à la fois », fut nommé par Jack Lang au poste d'administrateur de la Comédie Française en 1988.

⁹⁴ Jean-Pierre Vincent, le 14 août 2001, pour le CAES du CNRS

⁹⁵ FOURCAULT. A, 1986, *Bobigny, banlieue rouge*, Les éditions ouvrières, Paris et FOURCAULT.A (sous la dir.), 1992, *Banlieue rouge, 1920-1960*, Autrement n°18

La communication ministérielle autour des grands projets privilégie le terme de décentralisation à celui de déconcentration. Ce grand établissement serait pourtant resté sous la tutelle directe de l'Etat. Sous des faux semblants de volontarisme démocratique -discours de la décentralisation - ces déconcentrations culturelles visent l'aménagement économique et le développement local quel qu'en soit le coût culturel pour ces territoires socio-économiquement sinistrés. Ce coup médiatique du ministère montre la façon dont l'Etat nie la banlieue comme un espace de création privilégié et combien la gouvernance à l'échelon métropolitain reste à imaginer.

Annexes

Annexe 1 : Eléments budgétaires (2004 -2007) pour la MC 93

Source Ministère de la culture

Fiche 5

Éléments budgétaires 2004/2007 Bobigny

	TOTAL des subv (TTC)	Total sub DRAC (TTC)	% DRAC	sub CG	% CG	sub ville	% Ville	sub CR	% CR
2004	5 182 941	1 876 250	36%	2 852 014	55%	454 677	9%	0	0%
2005	4 951 940	1 930 250	39%	2 599 013	52%	422 677	9%	0	0%
2006	5 236 478	1 953 006	37%	2 668 795	51%	422 677	8%	0	0%
2007	5 315 169	1 912 250	36%	2 924 140	55%	428 779	8%	50 000	1%

	Budget	subv DRAC / total subv (HT)	subv DRAC / budget	subv totales / budget
2004	7 383 738	36%	25%	69%
2005	6 970 515	38%	26%	70%
2006	6 028 141	38%	30%	81%
2007	7 074 483	36%	26%	73%

	Budget	théâtre en ordre de marche (TOM)	TOM / budget	dont frais de fonctionnement	dont masses salariales	nombre de permanents en équivalent temps plein	Charges de saison	dont comm générale	dont personnel d'accueil non permanent	dont autres charges
2004	7 383 738	3 456 806	47%	823 925	2 400 468	43,7	344 658	81 725	262 933	0
2005	6 970 515	3 352 600	48%	774 880	2 379 050	45,5	250 753	92 622	158 131	0
2006	6 028 141	3 425 432	57%	806 485	2 365 505	46,2	215 406	88 763	126 643	0
2007	7 074 483	3 643 833	52%	856 918	2 627 321	46,2	235 893	92 636	143 257	0

	Disponible pour l'activité	Total dépenses artistiques	coefficient (dispo / dép. artistiques)	disponible / budget	dépenses artistiques / budget
2004	1 959 715	3 535 287	1,8	27%	48%
2005	1 666 145	3 306 256	2,0	24%	47%
2006	1 335 785	2 349 760	1,8	22%	39%
2007	1 396 238	3 183 862	2,3	20%	45%

	activité de production	activité de production / dépenses artistiques	dont prod et coprod gérées	dont coprod non gérées	accueil de spectacles	accueil / dépenses artistiques	activités complémentaires (actions culturelles, actions de sensibilisation auprès du public...)	activités artistiques complémentaires / dépenses artistiques
2004	2 089 673	59%	1 316 872	772 801	1 440 872	41%	4 742	0%
2005	1 782 119	54%	1 141 900	640 219	1 480 299	45%	43 836	1%
2006	1 170 262	50%	826 596	343 666	1 131 282	48%	48 217	2%
2007	1 938 177	61%	1 363 341	574 836	1 076 136	34%	169 548	5%

	Total produits	total produits de l'activité (avec subv affectées)	Produits d'activité / Total produits	Total recettes propres	Recettes propres/ Total produits	dont apports en coproduction	dont vente des spectacles	dont recettes de billetterie	dont recettes annexes
2004	7 389 372	1 925 864	26%	1 615 876	22%	221 786	442 242	698 437	253 411
2005	6 930 624	1 850 971	27%	1 373 591	20%	159 876	319 920	436 253	457 542
2006	6 050 718	1 036 552	17%	859 162	14%	59 400	586 906	196 023	16 833
2007	7 065 438	1 778 579	25%	1 714 180	24%	229 000	1 134 527	350 653	-

ACTIVITE :

saison	AU SIEGE nombre total de spectacles	AU SIEGE nombre total de représentations	jauge	taux de remplissage	nombre total de spectateurs	nombre de spectateurs payants	nombre d'invités	Invités/ nombre total de spectateurs
2004/05	18	199	61 762	79%	48 986	39 170	9 816	20%
2005/06	13	156	47 105	49%	22 880	13 962	8 918	39%
2006/07	16	169	53 604	70%	37 712	29 867	7 845	21%
2007/08	23	171	43 649	70%	30 358	23 495	6 863	23%

PRODUCTION :

saison	nombre de spectacles de production et coproductions majoritaires	nombre total de représentations des productions	nombre de spectateurs payants production propres ou coproductions majoritaires
2004/05	5	91	7 770
2005/06	3	66	2 369
2006/07	2	45	2 662
2007/08	4	51	6 828

TOURNEES :

saison	TOURNEE \$ nombre total de spectacles	TOURNEES nombre total de représentations	nombre de spectateurs payants
2004/05	3	23	12 745
2005/06	4	31	16 712
2006/07	4	87	21 820
2007/08	4	78	33 705

Annexe 2 : Eléments financiers pour la Comédie Française (2006 – 2008)

Source Ministère de la culture

Eléments financiers :

	2006 (CF)	2007 (DM)	2008 (EPRD)
Budget total	32,4 M€	32,6 M€	32,4 M€
Dont personnel (397,8 ETP dont artistique 69,18)	23,0 M€	22,8 M€	23,3 M€
Subvention fonctionnement HT	23,4 M€	24,2 M€	24,8 M€
Recettes d'activités*	8,8 M€	8,1 M€	7,6 M€
Intéressement sociétaires**	36 740 €	NA	NA

* Spectacles, audiovisuel, mécénat et autres redevances (les produits financiers, exceptionnels et reprises sur provisions / transferts de charges sont exclus)

** Montant effectivement versé en N+1 à un sociétaire pleine part (12/12e) au titre des 1ère et 2ème parties réunies.

Activité :

	2007	2008 (EPRD)
Nombre de représentations	374	380
Spectateurs payants	258 000	250 000
Budget de production (charges /produits)*	3,5M€/4,8 M€	3,5 M€/4,5 M€

– Charges marginales des spectacles, hors publications, boutique et audiovisuel : feux des sociétaires / pensionnaires (à l'exclusion des salaires de base et du partage), salaires des surnuméraires, achats et services extérieurs. Les produits incluent billetterie et mécénats affectés.

Il convient d'ajouter : les 82 représentations 2007 en tournée, dont 61 en France et 21 à l'étranger, un tournage France Télévision (Cyrano de Bergerac), des enregistrements radios, et des visites conférences destinées aux publics scolaires.

Chapter 6. La politique culturelle et la démocratie métropolitaine à l'âge de la défiance

Stephen Sawyer et Terry Clark

Introduction

Abstentionnisme, manque de confiance en nos leaders politiques, baisse générale de la vie associative ont tous contribué, dit-on, à un malaise profond au sein de nos démocraties contemporaines. En effet, à croire un grand nombre de politologues, une crise semblerait se dessiner dans la vie démocratique de nos cités du XXI^e siècle.⁹⁶ Et pourtant, même si nos démocraties sembleraient être « désaffectés », toutes les sphères de la vie publique et privée ne souffrent pas de la même manière. La culture reste, par exemple, un lieu où la confiance dans les élus est forte et la vie associative augmente.⁹⁷ Ce constat nous oblige de considérer la culture et la politique culturelle comme une réponse possible à la « crise » de la démocratie et nous renvoie à la recherche de nouveaux outils dans les domaines de la politique culturelle. En effet, insister sur un paradis perdu du citoyen d'autrefois pourrait renforcer l'impact négative des nouvelles pratiques citoyennes alors que des nouvelles formes d'interaction entre les citoyens, la culture et la politique se font jour et restent sous étudiées. Examiner des nouvelles pratiques politiques et leur rapport avec l'offre culturelle de la ville peut donc aider à comprendre les transformations globales au sein de nos démocraties et leurs rapports à la politique culturelle.

En mobilisant des théories récentes sur le rôle de la culture et de la consommation culturelle dans la ville du XXI^e siècle, nous proposons alors une cartographie des *ambiances* et des modes de consommation culturels. Si la ville du XXI^e siècle est désormais autant un lieu de consommation qu'un lieu de production où les citoyens opposent de moins en moins lieu de travail à lieu de loisir. Les autorités publiques et les citoyens cherchent à fusionner travail et loisir et définissent la ville comme un kaléidoscope de lieux offrant un mélange unique d'histoire, de vie de quartier et d'aménagements culturels. En somme, ce n'est plus en fonction d'une distinction nette entre consommation et production dans un quartier ou une commune que l'on choisit son lieu de résidence ni, nous soutenons, ses élus. Loin de nier l'importance des facteurs traditionnels dans

⁹⁶ Une liste d'ouvrages proposés atteste ce malaise tels que Vivien Hart, *Distrust and Democracy: Political Distrust in Britain and America* (2nd ed, 2010), Joseph S. Nye, Philip Zelikow, David C. King *Why people don't trust government* (1997), Susan J. Pharr, Robert D. Putnam, *Disaffected democracies: what's troubling the trilateral countries?* (2000) ; Mattéi Dogan, *Political mistrust and the discrediting of politicians* (2005).

⁹⁷ En réponse à la question suivante: « Lorsque vous pensez à l'avenir de la ville dans laquelle vous vivez, êtes-vous personnellement très confiant, plutôt confiant, plutôt inquiet ou très inquiet s'agissant des points suivants... » « La culture » était en premier avec 93% de réponses positives. (Julien Damon, ed. *Vivre en ville. Observatoire mondial des modes de vie urbains 2008-2009*. PUF 2008, p. 47-48).

les pratiques politiques des citoyens tels les inégalités sociales, notre contribution cherche à ajouter une autre dimension dans la compréhension de la politique urbaine et ses rapports quotidiens avec la vie culturelle en ville.⁹⁸

I. Qu'est-ce qu'une « ambiance » politique ?

Considérer un quartier du point de vue de son *ambiance* ne privilégie pas tant le nouveau résident en quête d'une école, d'infrastructures diverses proches de son lieu de travail que le consommateur culturel qui entend bien tirer profit de la « vie » du quartier, des loisirs, des expériences nouvelles susceptibles d'enrichir son quotidien. À ce titre, un supermarché n'est pas seulement un lieu où l'on achète des vivres, ou l'on travaille ; il devient une occasion de consommer de façon équitable, de découvrir les cuisines exotiques, et/ou de rencontrer d'autres personnes partageant ces mêmes intérêts. De même, le vieux café de quartier est bien plus qu'un simple lieu de restauration : il peut incarner « l'âme » du lieu, il est le gardien de son « authenticité ». C'est sans doute Baudelaire qui a le mieux capté l'impact de cette « idée » du lieu, de la chose, lors de ses déambulations dans l'exposition universelle de 1855 : « les mets ne différaient les uns des autres, abstraction faite de leur utilité ou de la quantité de substance nutritive qu'ils contiennent, que par l'idée qu'ils révèlent à la langue ». Dans la droite ligne de la pensée de Baudelaire, les infrastructures, les lieux de vie, les aménagements nous aident à formuler l'« idée » que l'on se fait du quartier, une idée dont l'impact est fondamental et guide les choix et les pratiques des résidents, présents ou futurs. Le quartier devient un lieu à apprécier, à goûter, à habiter. L'*ambiance* ne se résume donc pas à un espace où vivre et travailler ; c'est un lieu qui produit des discours d'identification dessinés par nos désirs et nos rêves, défini par un imaginaire.

Au croisement d'un lieu et d'une atmosphère, l'*ambiance* est donc bien plus qu'une salle de musique, un musée, un festival en plein air ; elle doit aussi prendre en compte les gens dans la rue, le mélange d'activités commerciales et résidentielles, la diversité des cafés et restaurants, etc. Nous avons donc procédé à la construction d'une base de données qui servira de fondation à notre analyse. Nos données consistent principalement des statistiques fournies par l'INSEE, les Mairies du Grand Paris, l'APUR, et le Ministère de la Culture, mais aussi, des vastes informations tirées directement du web par le biais d'un « web-crawler », nécessaire pour avoir des renseignements sur des équipements commerciaux plus précis tels les « restaurants chinois » ou les « coiffeurs afro ». Nous avons donc créé une base de données qui enregistre les équipements culturels pour

⁹⁸ Nous remercions la Mairie de Paris pour leur soutien pour ce projet. Nous remercions aussi des membres de notre équipe de recherche : Mathias Rouet pour les cartes des ambiances, Adèle Raby pour les cartes des dimensions, et Dan Dellaposta pour son traitement des statistiques.

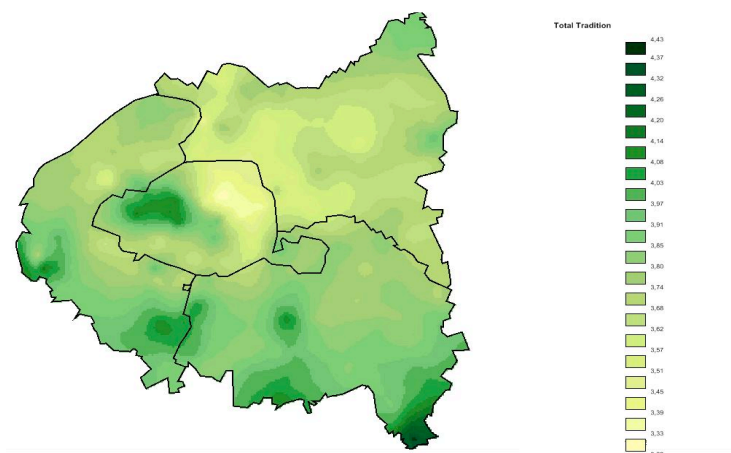
tous les départements de Paris-Métropole par code postal. Quatre départements sont concernés par cette étude : Paris, Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis, et Val-de-Marne.

La base de données consiste en plus d'une centaine d'équipements du plus « léger » au plus « lourd » (en termes de coût mais aussi d'organisation et d'infrastructure) : supermarchés bios, cafés, caves, fromageries, restaurants, librairies, galeries d'art, cinémas, théâtres, centres de danse, scènes musicales, monuments historiques, universités, stades... Les équipements ont été ensuite codés, en fonction de 4 dimensions, divisées en 18 sous dimensions.⁹⁹ Trois des dimensions sont dérivées principalement des théories de la sociologie classique : légitimité (Max Weber et Talcott Parsons), théâtralité (Erving Goffman), et authenticité (Anthony Giddens) et la quatrième se concentre sur les aspects spatio-temporels. Chaque dimension est divisée en 5 à 6 sous-dimensions : légitimité (tradition, charisme, utilitarisme, expression, égalité) ; authenticité (localité, ethnicité, corporatiste, étatique, rationalité, image de marque) ; théâtralité (exhibition, transgression, glamour, formalité, voisinage). Pour l'étude de Paris-Métropole nous avons également ajouté trois dimensions spatio-temporelles (rythme : durée que l'on passe dans un équipement ; horaires d'ouverture ; taille). Nous codons donc chacun des équipements sur une échelle de 1 à 5. La valeur 3 est neutre ; 2 et 1 sont progressivement négatif alors que 4 à 5 sont progressivement positif. Le codage se fait avec l'aide d'un « handbook » qui fournit une série de questions à proposer en fonction de chaque sous-dimension pour chaque équipement.

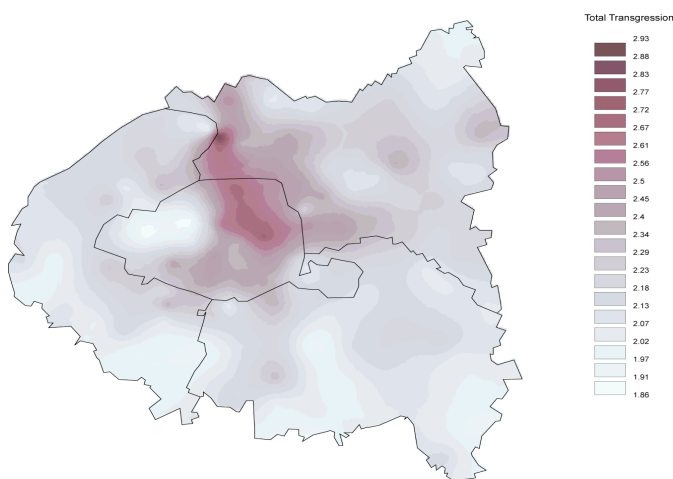
La base de données tient également compte d'autres indicateurs, plus traditionnels, classés selon trois critères : le critère social (taux de chômage, type de contrat d'embauche, âge, taux et type de criminalité, etc.) ; le critère politique (niveau d'engagement associatif, niveau d'abstention, nombre de militants) ; le critère environnemental (niveau de pollution, taux de déchets, recyclage, coût-carbone des ménages).

Suite à l'analyse de notre base de données, des logiciels cartographiques nous permettent de produire une cartographie des équipements du Grand Paris en fonction de notre codage. À titre d'exemple, nous pouvons fabriquer des cartes du Paris « traditionnel » ou « transgressif ».

⁹⁹ Cette analyse suit les indications proposées dans l'article de Terry Clark, Lawrence Rothfield et Dan Silver, *A Theory of Scenes*, à paraître.



Cartographie de la dimension « tradition »



Cartographie de la dimension « transgression »

Nous avons finalement 18 cartes, une carte pour chaque dimension. Les dimensions peuvent alors être analysées en vue d'identifier différentes *ambiances* dans le Paris-Métropole.

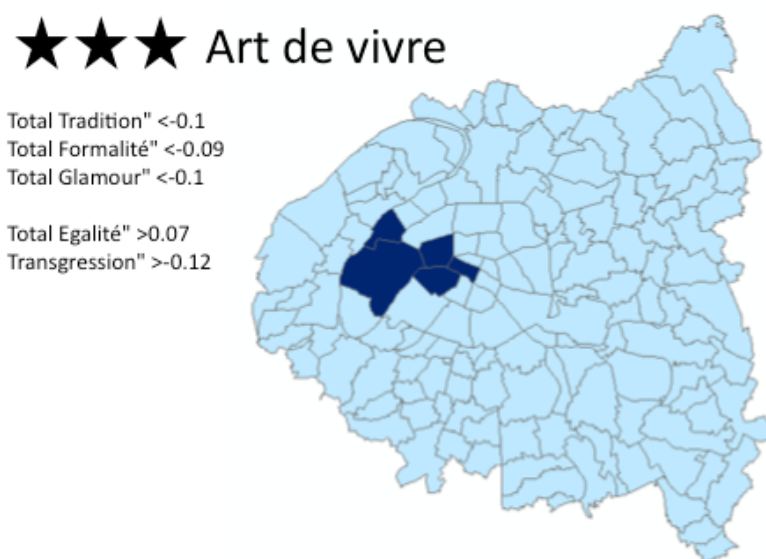
Une ambiance consiste dans une combinaison de multiples dimensions. À titre d'exemple, nous pouvons citer l'ambiance « art de vivre ». Nous cherchons tout d'abord à définir les fondements d'une telle ambiance en recherchant des instances où cette identité a déjà été formulée. Cela veut dire que nous ne proposons pas, bien évidemment, qu'il y aurait des quartiers où « l'art de vivre » serait plus important que d'autres. Cela veut dire plutôt nous cherchons à localiser les discours mobilisés autour d'une telle identité. Après nous cartographions la combinaison des dimensions qui constituent un tel discours. Dans le cas de l'ambiance « art de vivre » nous avons fondé notre analyse sur la définition donnée par « La Belle Ecole, l'école de l'art de vivre » récemment créé à

Paris. Leurs prestations offrent une bonne entrée dans la compréhension d'un discours qui se base sur cette identité :

Un esprit... Les valeurs de La Belle Ecole sont simples : tradition et modernité, technique et plaisir, savoir-faire et savoir-vivre. Nos cours s'inscrivent dans l'histoire et les traditions françaises, mais également dans notre époque, illustrée par les nouvelles tendances. L'enseignement peut remonter parfois jusqu'à l'Antiquité, mais l'approche est surtout moderne, et nous vous faisons partager toute l'évolution actuelle des domaines que nous enseignons. [...] A chaque cours, vous apprenez une matière, des techniques, des gestes et un comportement, qui vous permettent de véhiculer, représenter ou comprendre au mieux l'Art de Vivre à la française.¹⁰⁰

En fonction de ce discours, nous définissons "L'Art de vivre" de la façon suivante: une style-de-vie qui mélange luxe et vie quotidienne ; elle est marquée par la capacité de transformer l'expérience exceptionnelle en expérience de tous les jours. Le concept est mobilisé fortement à Paris surtout autour de l'industrie de tourisme, mais il trouve aussi sa place dans les quartiers les plus chics où les commerces tentent de se transformer en niches ou cocons grâce à cet art.

Avec les 18 dimensions nous procédons donc à une formule de dimensions que nous pouvons cartographiées.



En resserrant les critères, ou plus précisément en rajoutant le critère de « localité », seul le 7^e arrondissement reste :

¹⁰⁰ <http://www.labelleecole.fr/notre-esprit-et-nos-valeurs-2-56.r.fr.htm> . (Consulté Avril 2010).

Art de (très bien) vivre

Total Tradition" <-0.1
 Total Formalité" <-0.09
 Total Glamour" <-0.1

 Total Egalité" >0.07
 Transgression" >-0.12

 Localité <0.03



A nouveau, nous ne proposons dans aucun cas qu'il existe réellement un *art de vivre* dans ces quartiers à Paris. Par contre, nous proposons qu'une analyse spatiale par dimensions sociologiques permet de voir comment un discours peut-être lu sur un espace urbain. Il est donc particulièrement intéressant de noter qu'actuellement, un des plus grands projets d'aménagement dans le Paris des arrondissements centraux a lieu dans le 7^e arrondissement et le slogan de cette construction est « Une adresse qui illustre l'art de vivre... Un quartier sous le signe de l'authenticité »¹⁰¹

Nous cherchons donc à la fois la construction des identités urbaines et, en décomposant leurs ingrédients en dimensions, nous cartographions des identités dans la ville. Le nombre et type d'*ambiances* sont illimités. Nous cherchons par exemple des ambiances « underground » qui consistent dans un fort score en « transgression » et « expression » alors qu'il y a un faible score d'« image de marque » (peu ou aucun Starbucks par exemple) et « formalité ». De même, nous cherchons une ambiance « bobo » qui, depuis le fameux livre de David Brooks *Bobos in Paradise* a servi d'une des identités les plus importante dans la compréhension des processus de gentrification et les nouvelles identités qui existe sur le terrain dans nos villes postindustrielles. Notre compréhension de l'ambiance « bobo » comprend donc un fort score en « transgression », « voisinage » et « expression », alors qu'elle est faible en « tradition » et « formalité ».

¹⁰¹ Brochure de vente, ALTAREA/COGEDIM, Paris 7 Rive Gauche « La nouvelle adresse de la rive gauche » (2010)

Bobo

Total Transgression" <0.02
 Total Voisinage" <-0.05
 Total Expression" <0.03

Total Tradition" >0.03
 Total Formalité" >0.1



En effet, une telle analyse permet de comprendre pourquoi un discours est mobilisé dans tel ou tel quartier. Une lecture cartographique des valeurs sociologiques permet de faire ressortir les enjeux sur l'identité et la transformation de l'espace urbain. Car, si le rôle fondamental de la culture dans le développement urbain n'est plus à démontrer, notre compréhension du paysage culturel reste partielle, limitée à une mesure quantitative des équipements, ou à une impression subjective des atmosphères urbaines. Cette étude vise à aider, à faire sortir du flou les motivations qui déterminent les choix culturels, leurs effets sur la consommation culturelle, sur la politique et sur l'espace urbain.

II. La culture de la démocratie

À l'heure où la mobilisation politique par classe sociale semblerait s'infléchir en faveur d'une mobilisation davantage déterminée par la culture et les identités,¹⁰² nous nous proposons d'analyser l'impact des ambiances sur la mobilisation électorale. Certaines ambiances favorisent-elles une plus forte participation électorale ? Y-en a-t-il, au contraire, qui sont propices à une forte abstention ? Lesquelles suscitent un intérêt particulier pour les questions locales ou

¹⁰² Deux exemples récentes : Dick Houtman, Peter Achterberg, Anton Derks, *Farewell to the Leftist Working Class* (2008) ; Terry Nichols Clark, Vincent Hoffmann-Martinot, *The New Political Culture* (1998)

nationales ou européennes ? En d'autres mots, est-ce qu'il existerait un vote « bobo », un vote « art de vivre », un vote « underground », etc. ? Nous cherchons donc à comprendre les rapports entre la métropole de Paris et les nouvelles voies de la démocratie métropolitaine : pour que les métropoles soient les berceaux de la participation démocratique au XXI^e siècle, une meilleure compréhension de l'expérience de la ville et les valeurs qui s'y niche est nécessaire.

La vision dite « Tocquevillienne » d'un Etat Jacobin, surpuissant et centralisateur, est progressivement remplacée par un modèle plus nuancé laissant davantage de place à la vivacité de la société civile. La vigueur accrue de la vie associative culturelle dans les grandes villes de France depuis dix ans suggère que c'est précisément dans le domaine de la culture que la société civile est la plus robuste. Nous proposons d'analyser les rapports entre vie associative, ambiances des quartiers et participation politique dans la Paris-Métropole afin de comprendre nos démocraties contemporaines.

Des études récentes montrent que la participation des citoyens est toujours aussi forte, mais s'est transformée. Le nouveau citoyen se méfie des modalités traditionnelles de représentation et de vote, mais exerce davantage des pouvoirs d'audit, de surveillance, et d'empêchement sur les élus.¹⁰³ Nous proposons alors l'hypothèse d'une corrélation entre cartographie des ambiances et pratiques politiques. Quel est l'impact de la culture dans la mobilisation des citoyens ? Y a-t-il par exemple des ambiances, telles que l'ambiance « underground » ou « bobo » qui favorisent la pratique de la « contre-démocratie » ?

Le cas du Grand Paris offre un terrain riche pour comprendre l'impact de nouveaux facteurs sur la participation politique des citoyens. En particulier, pour explorer les effets qu'analyse Pierre Rosanvallon, nous avons choisi de focaliser sur les élections Régionales et Européennes. Le fait que ces élections se sont développées surtout après les transformations que note Rosanvallon dans les années 1970s et que leur référent correspond à une échelle autre que celle de la nation, permet d'analyser l'impact de la culture après « La fin des cultures nationales » ; un contexte où la politique culturelle à l'échelle nationale est mise en branle.¹⁰⁴ De même, les élections européennes et régionales sembleraient être particulièrement en phase avec les nouveaux comportements et attitudes des citoyens actuels si on considère une contradiction fondamentale au sein de ces institutions : contradiction entre les hauts niveaux d'abstention et la confiance dans les institutions elle-mêmes. On notera, d'après les derniers sondages de CEVIPOF sur la confiance, que les institutions régionales (64% était très ou plutôt confiant) et européennes (44%) ont été doté d'un niveau de confiance bien supérieur aux institutions nationales législatives (35%) et

¹⁰³ Voir Pierre Rosanvallon, *La contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance* (2006).

¹⁰⁴ Lluís Bonet, Emmanuel Négrier, *La fin des cultures nationales ? Les politiques culturelles à l'épreuve de la diversité* (2008)

présidentielles (34%).¹⁰⁵ Mais cette confiance semblerait être entièrement séparée de du vote car les taux d'abstentionnisme pouvait atteindre parfois plus de 75% dans le Grand Paris pour les élections Européennes de 2009. Enfin, la multiplicité de partis qui ont vu le jour depuis une quinzaine d'années, « Cannabis sans frontière » (voici un parti fondé sur la consommation culturelle par excellence), « Esperanto », ou « Parti faire un tour » étant des bonnes exemples, suggère que les élections à l'échelle européenne offre des occasions pour redéfinir les identités qui mobilise le citoyen de se rapporter aux urnes.

Ici nous limiterons notre analyse aux dernières élections régionales et européennes, et un des faits marquants de ces scrutins : une forte augmentation du vote en faveur des verts, un parti dont le score n'a jamais rivalisait avec les grand partis nationaux mais qui, lors de ces scrutins, a réussi des scores sans précédent. Observant du point de vue des ambiances et de la politique culturelle, nous cherchons à renforcer notre hypothèse que la culture a pu infléchir ces résultats électoraux.

Une analyse du vote lors des élections européennes de 2009 suggère qu'en effet, la culture joue un rôle plus important pour certains partis que d'autres. Par exemple, alors que le vote UMP et PS étaient fortement corrélé au revenus, le revenu par foyer fiscal était presque insignifiant pour le vote vert pour ces élections dans les 4 départements analysés lors des élections régionales et européennes.

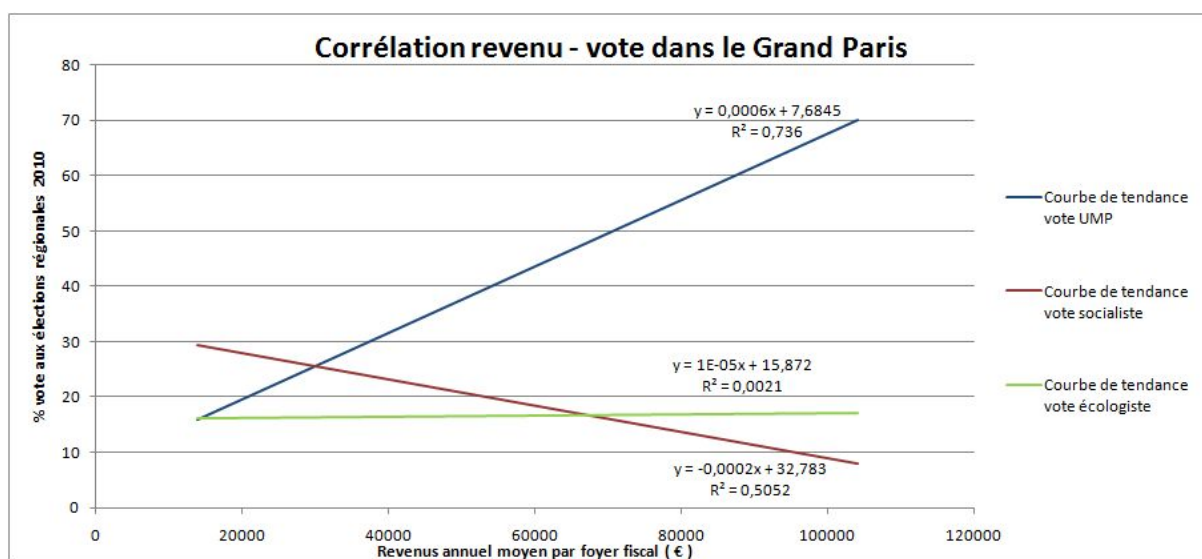
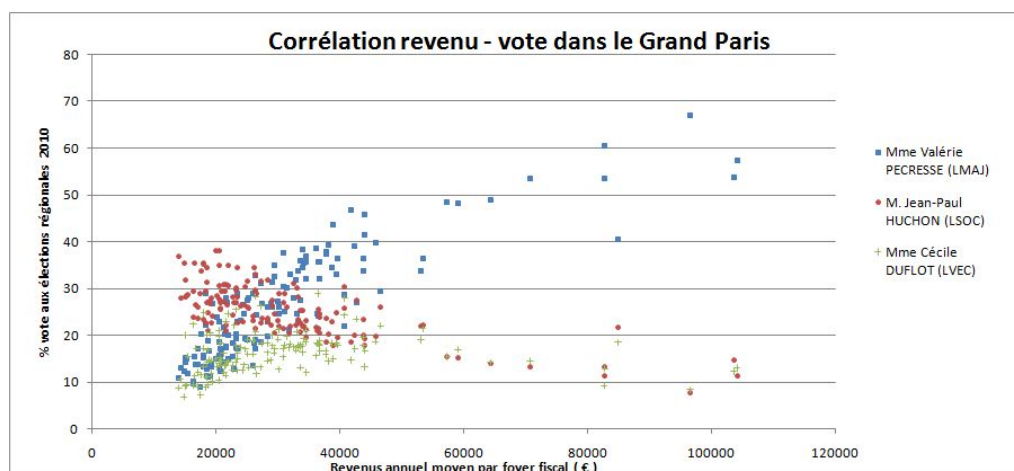
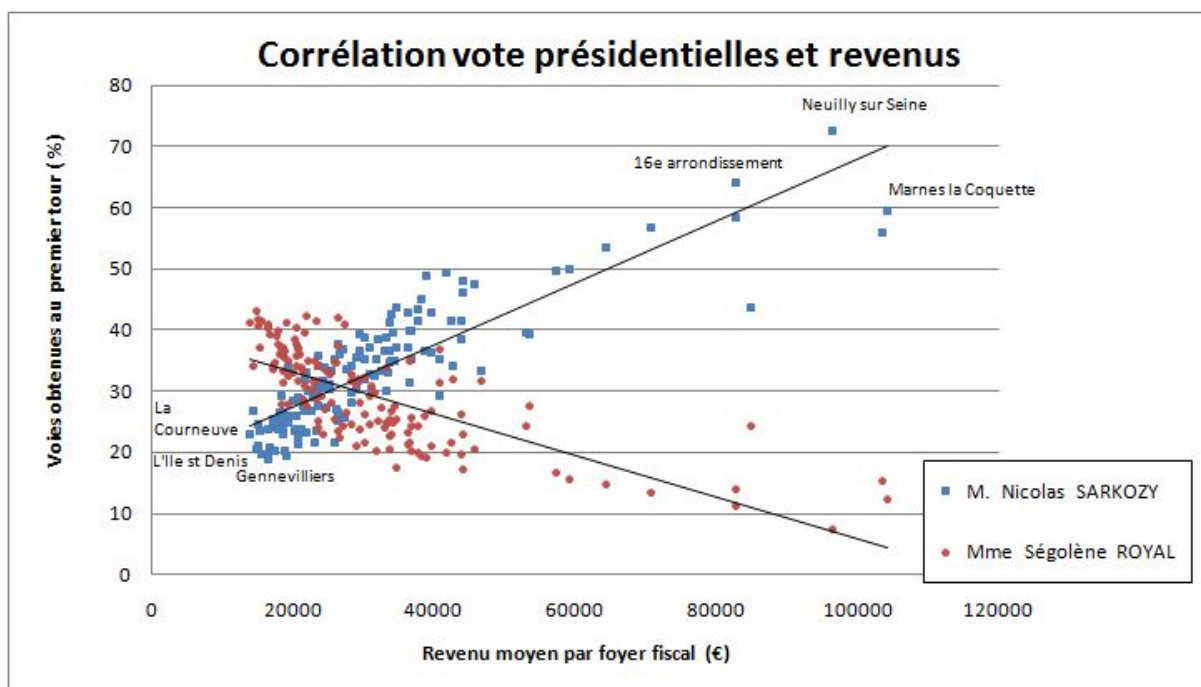
Vote Régionale 2010 (Départements 75, 92, 93, 94)

	UMP	PS	Vert
Corrélation revenu par	0,795***	-0,505***	0,002
foyer fiscal 2007			
R ²			

Vote Européenne 2009 (Départements 75, 92, 93, 94)

		Revenu moyen par foyer fiscal 2007 (€)
Verts	Pearson Corrélation	,117
	Sig. (2-tailed)	,165
	N	143
UMP	Pearson Corrélation	.851***
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	143
PS	Pearson Corrélation	-.653***
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	143

¹⁰⁵ *Baromètre de la confiance politique* (Cevipof) Décembre 2009.



Un tel résultat suggère qu'il y a potentiellement d'autres facteurs en jeu dans le comportement électoral entre les différents partis. À la recherche d'autres facteurs qui pourraient être déterminant pour le vote vert, nous avons analysé des associations et des équipements culturels dans le Grand Paris. Les résultats suggèrent qu'il y a, en effet, une corrélation forte entre les pratiques de vie associative, certains équipements ou commerces culturels et le vote vert, alors qu'une telle corrélation est beaucoup plus faible dans le cas des partis « nationaux », tels l'UMP et le PS structuré par l'opposition traditionnelle droite-gauche en France.

D'abord, le type d'association dans un arrondissement ou commune est corrélé avec le pourcentage du vote pour un parti donné. Le nombre d'associations correspond à une augmentation du vote vert dans toutes les catégories où il y a un résultat significatif (indiqué par ** ou ***) sauf dans le cas des associations des consommateurs. Dans ces deux cas, les associations de consommation sont davantage corrélées avec les deux grands partis nationaux mais pas du tout avec le vote vert. Cela suggère d'abord qu'il y a une distinction entre les pratiques culturelles et associatives des votants des partis traditionnels et ceux des verts, et que les associations culturelles, sociales, religieuses, et environnementales sont plus corrélées avec le vote vert

Élections Européennes 2009 (Départements 75, 92, 93, 94)

Associations Religieuses	Pearson	Corrélation	.279**	.178*	-,059
Per Capita					
Catégories des associations établies par l'INSEE	Sig. (2-tailed)		,001	,033	,485
			Vote vert	UMP	PS
Toutes ASSOCIATIONS	Pearson	Corrélation	.394*	.226*	-,142
Per Capita					
Associations Environnementales	Pearson	Corrélation	.345*	,005	-,012
Per Capita	Sig. (2-tailed)		,003	,449	,888
Associations Culturelles	Pearson	Corrélation	.336**	.249**	-,124
Per Capita	N		143	143	143
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,139
	N		143	143	143
Associations Consommation	Pearson	Corrélation	,077	.297**	-.279**
Per Capita	Sig. (2-tailed)		,363	,000	,001
	N		143	143	143
Associations Sportives	Pearson	Corrélation	,127	,129	-,115
Per Capita	Sig. (2-tailed)		,130	,126	,171
	N		143	143	143
Associations Sociales	Pearson	Corrélation	.448**	,063	,053
Per Capita	Sig. (2-tailed)		,000	,456	,529
	N		143	143	143

Ce résultat est confirmé par des régressions. Contrôlant trois variables qui ont une forte influence sur le vote en générale (revenu moyen, population et pourcentage des étrangers), les corrélations avec le vote vert et les associations en générale sont encore plus fort que dans le cas précédent. En particulier, il y a une corrélation très forte entre le vote vert et les associations culturelles.

	Vert	UMP	PS
Toutes Associations R ²	0,536***	-0,218**	0,254**
Associations culturelles R ²	0,540***	-0,261**	0,298**

Corrélations entre vote et associations et associations culturelles aux élections européennes 2009 (75, 92, 93, 94)

De même, il semblerait que certains équipements ou commerces que l'on pourrait qualifié de culturels sont corrélés avec le vote vert.

	Vert	UMP	PS
Musées per capita	.330***	-.172**	.165*
Ecoles supérieurs d'art per capita	.173*	-.106*	.063
Boulangeries per capita	.442***	-.063	.107
Salons de The per capita	.458***	-.150**	.242**
Tatouage et piercing per capita	.036	.078*	-.039

Corrélations entre vote et équipements ou commerces culturelles aux élections européennes 2009 (75, 92, 93, 94)
[*** très significatif, ** significatif, *peu significatif, insignifiant]

Ici, toujours avec les mêmes contrôles (revenu moyen, population et pourcentage des étrangers), le vote vert est fortement corrélé aux nombre de musées par habitant par commune, ainsi que les boulangeries, et salons de thé. En soi, ces résultats ne confirme rien, mais en continuant un analyse de ce genre, il serait possible, à partir d'un nombre significatif d'analyses de

ce type, de déterminer des mélanges d'équipements qui correspondent aux comportements électoraux d'une commune donnée.

Certes, de tels résultats sont très limités et ne peuvent que suggérer ou peut-être renforcer une hypothèse sur la nature du vote dans le Grand Paris pour les élections européennes et régionales : mais l'hypothèse semblerait en effet confirmée qu'il y a un vote « culturel » dans le cas des partis qui sont relativement nouveaux sur la scène politique, tels que les verts, et qui correspondent à une échelle non-nationale. A l'heure où les citoyens montrent une confiance plus forte dans les institutions non-nationales et l'offre électorale se transforme en même temps que l'abstention fait davantage partie du contexte politique, au moment où l'ancienne ceinture industrielle et rouge devient tertiaire, verte et rose, notre projet cherche à ouvrir des nouvelles pistes de recherche sur les logiques du comportement électoral et le tissu urbain de l'espace métropolitain.

Conclusion

Passer d'une cartographie des équipements culturels à une cartographie des *ambiances* et des modes de consommation culturels. Si la culture des métropoles se mesure par le nombre de grands équipements (pour le tourisme et la compétition mondiale) et de petits équipements (pour la cohésion sociale et l'insertion des quartiers difficiles), nous voulons démontrer qu'elle est aussi le produit de la conjonction de différents modes de « consommation culturelle ». Il ne s'agit pas de choisir entre « grands projets » d'une part et soutien aux cultures populaires d'autre part afin de démocratiser la culture ; ce que cette nouvelle approche vise avant tout, c'est de travailler à partir des *ambiances*, des discours existants sur la vie en ville, de les trouver, de les localiser et de les orienter. Il s'agit alors moins de partir d'un *a priori* sur ce qu'est la culture que d'une réelle compréhension des pratiques quotidiennes et de leurs rapports avec les équipements et des commerces.

L'*ambiance* est donc bien plus qu'un équipement ou une politique d'aménagement, c'est autant de petites choses qui font que la vie d'un quartier, qui font que l'on a envie d'y fuir ou d'y rester. Le projet entend offrir les outils pour mesurer ces *ambiances* urbaines qui déterminent plus qu'on n'a voulu le croire les choix concrets des habitants et des citoyens. Notre méthode tente de mesurer les *ambiances* en les corrélant aux indicateurs plus traditionnels que sont l'engagement civique et la participation politique. Ces informations seront essentielles pour l'élaboration des prochaines politiques culturelles, car en 2030, Paris-Métropole ne sera pas seulement un lieu de travail ou un lieu de résidence, elle sera un lieu de production et de consommation culturelle à l'échelle mondiale.

Chapitre 7. Ambiances et profils socio-économiques des communes de Paris

Adèle Raby

1. Typologie des ambiances urbaines et des profils socio-économiques.

Grâce à l'analyse statistique de la classification ascendante hiérarchique, il est possible de dresser une typologie des communes du Grand Paris en regroupant toutes les ambiances urbaines. En effet, le regroupement des communes ayant des caractéristiques communes fera ressortir une typologie permettant de mieux comprendre les articulations des ambiances, la classification ascendante hiérarchique étant une méthode qui consiste à agréger progressivement les individus selon leur ressemblance, mesurée à l'aide d'un indice de similarité ou de dissimilitude. Cette analyse permettra de former des groupes d'ambiances que nous appellerons des scènes. La cartographie de ces scènes permettra ensuite de dresser un état des lieux global des dimensions urbaines du Paris Métropole.

1.1. Classification hiérarchique des ambiances urbaines.

La typologie des ambiances urbaines présente une approche des scènes de la métropole parisienne par les ambiances urbaines. Elle constitue la grille de lecture de la carte de la répartition des dimensions urbaines.

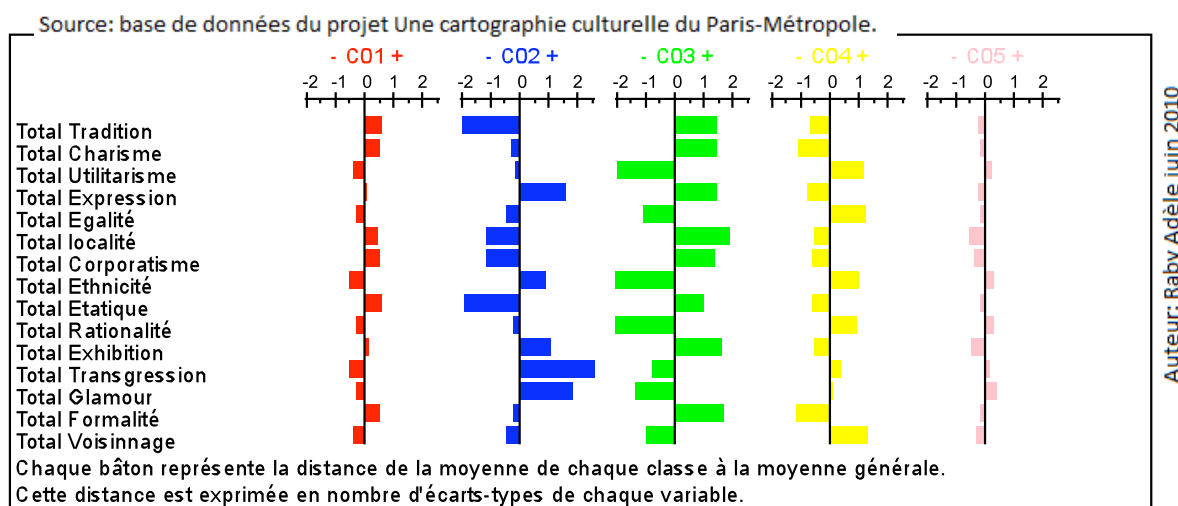
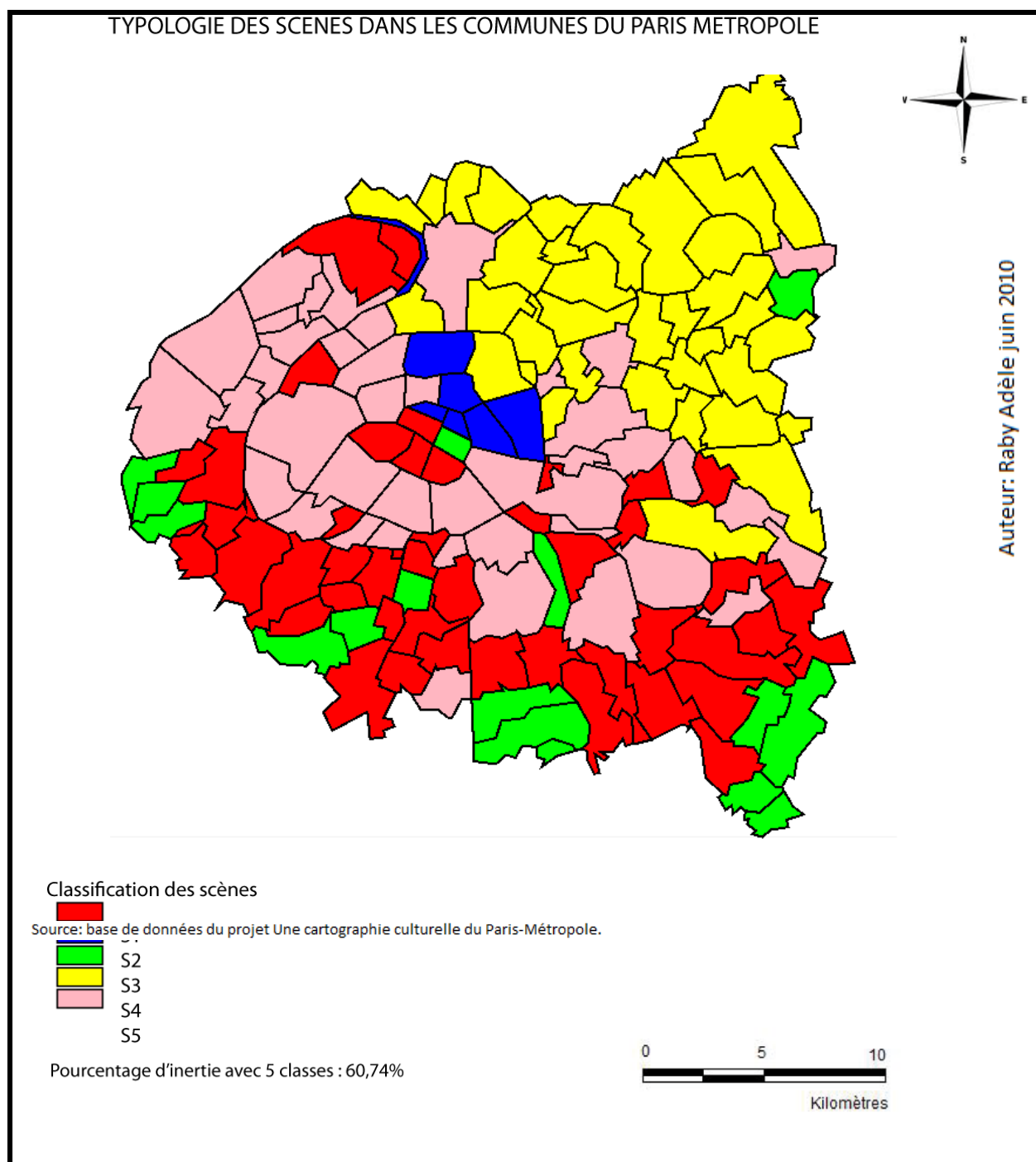


Figure 16 : profils des classes de la CAH

La typologie des scènes urbaines permet de distinguer cinq scènes. On peut tout d'abord y voir une opposition claire entre une scène traditionnelle et conformiste (C03) et une plus simple et plus populaire (C04). En effet, les ambiances de la classe C03 reflètent fortement le caractère authentique des communes alors que les ambiances de la classe C04 définissent des communes plus populaires où les ambiances ne sont pas tant synonymes d'expérience personnelle mais plus de facilité quotidienne (utilitarisme, égalitarisme, voisinage...). Ensuite, la classe C02 évoque une scène branchée nourrie des représentations individuelles et collectives. Les ambiances dominantes

y sont l'expressionnisme, la transgression, le glamour, l'exhibition. Pour finir, les classes C01 et C05 représentent des communes où aucune scène n'est particulièrement visible. Certes, les ambiances urbaines s'y trouvant se distinguent lors de leur étude individuelle mais en les analysant collectivement, aucune ne se dégage particulièrement. La localisation de ces scènes montre que les communes présentant les mêmes caractéristiques se regroupent en formant des zones bien distinctes. Les communes où la scène populaire est présente se situent majoritairement au nord-est, dans le département de la Seine Saint Denis. La scène branchée demeure exclusivement parisienne et englobe les arrondissements du nord-est parisien excepté le 19^{ème}. Les communes ayant une scène traditionnelle se regroupent en îlots eux-mêmes répartis dans le sud du Paris Métropole. Pour finir, toutes les autres communes ne reflétant pas une scène particulière se partagent le reste du département du Val de Marne et celui des Hauts de Seine.



1.2. Classification des profils socio-économiques des communes du Paris Métropole

La typologie des profils socio-économiques des populations des communes du Paris Métropole permet de définir la répartition spatiale des différentes classes sociales. Dans le quart nord/ nord-est se situent les classes moyennes (C02) et populaires (C04) composées majoritairement d'une population jeune, d'employés et d'ouvriers dont la part des ménages imposés reste très faible. Les classes plus aisées se répartissent au nord-ouest et dans tout le sud du Paris Métropole. Parmi elles se distinguent trois couches sociales, la classe bourgeoise (C05), la classe dynamique composée de jeunes cadres (C01) et la classe « confort »¹⁰⁶ constituée de professions libérales et de cadres (C03).

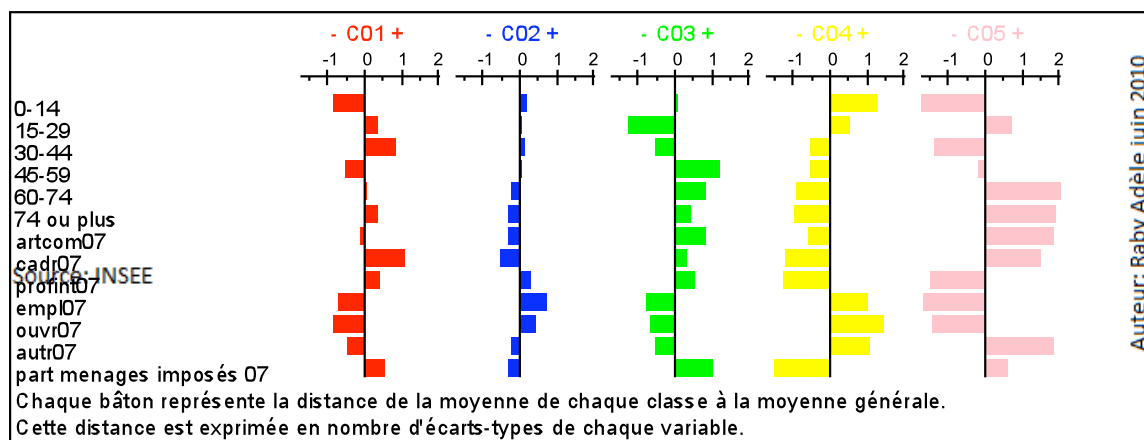
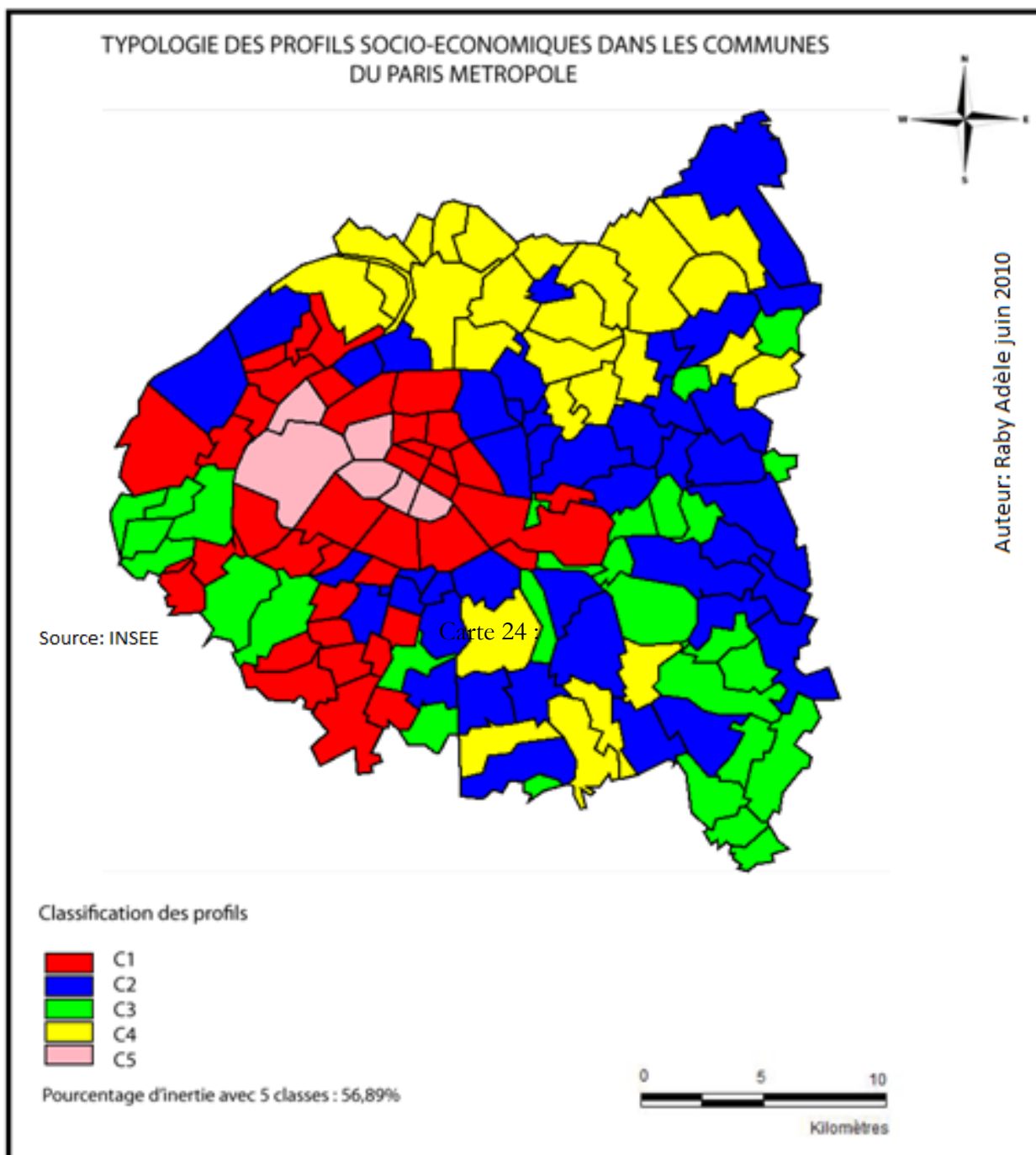


Figure 17 : Typologie des profils socio-économique

¹⁰⁶ CHAUVEL Louis (2006), *les classes moyennes à la dérive*, paris, ed Seuil, coll la république des idées, 108p.



Typologie des profils socio-économiques des populations

La typologie des profils socio-économiques des populations et celle des ambiances urbaines permettent de voir s'il existe ou non une relation entre ces deux variables. Il existe plusieurs indices reflétant les différents profils socio-économiques des populations. Le choix s'est porté sur les catégories socioprofessionnelles, les tranches d'âges et le taux de ménages imposés car se sont les variables les plus communes pour représenter une population. D'autres analyses

statistiques peuvent cependant être réalisées avec des variables plus précises et pour observer des phénomènes alors moins général que celui étudié ici.

2. Corrélation entre profils socio-économiques et ambiances urbaines

2.1. Calcul des relations entre les caractères

Pour déterminer s'il existe ou non une relation entre les profils socio-économiques de la population et les ambiances urbaines, il est nécessaire de construire un tableau de contingence qui permettra par la suite de réaliser un test de corrélation, celui du Chi2. Pour cela, on effectue un croisement entre les deux variables par l'intermédiaire des typologies réalisées avec la classification ascendante hiérarchique.

Profils/Scenes	A1	A2	A3	A4	A5	TOTAL
C1	5	7	10	19	3	44
C2	5	1	1	0	0	7
C3	1	1	1	7	5	15
C4	0	21	12	1	1	35
C5	12	8	6	13	1	40
TOTAL	23	38	30	40	10	141

N_{ij} : effectif ayant comme attribut la $i^{\text{ème}}$ modalité des profils et la $j^{\text{ème}}$ modalité des scènes.
(Pour N_{11} , nombre de communes appartenant à la classe C1 et à la scène S1)

$N_{i.}$: effectif ayant comme attribut la scène Si

$N_{.j}$: effectif ayant comme attribut la classe Cj

$N_{..}$: nombre total de communes étudiées

Pour réaliser le test du Chi2 il est nécessaire dans un deuxième temps de calculer les effectifs théoriques (N^*_{ij}) qui correspondent à une indépendance parfaite entre les profils socio-économiques des populations et les ambiances urbaines. Cependant, pour pouvoir valider le test du Chi2 plusieurs conditions doivent être respectées. L'effectif du tableau de contingence doit être supérieur ou égal à vingt, l'effectif marginal du tableau de contingence doit toujours être supérieur ou égal à 5 et enfin, le tableau des effectifs théoriques doit comporter au moins 80% de nombres supérieurs à 5.

N^*_{ij}	A1	A2	A3	A4	A5	TOTAL
C1	7,2	11,9	9,4	12,5	3,1	44
C2	1,1	1,9	1,5	2,0	0,5	7
C3	2,4	4,0	3,2	4,3	1,1	15
C4	5,7	9,4	7,4	9,9	2,5	35
C5	6,5	10,8	8,5	11,3	2,8	40
TOTAL	23	38	30	40	10	141

Dans les différents tableaux construits jusqu'alors avec 5 classes et 5 scènes, les deux premières conditions sont respectées. Or la troisième ne l'est pas, car seulement 12 cases sur 25 sont supérieures à 5, soit 48% des effectifs théoriques. Il faut donc faire appel à un regroupement des modalités qui permettra par la suite de satisfaire la troisième condition du test du Chi2.

D'après les typologies construites par la classification ascendante hiérarchique deux scènes ainsi que deux profils peuvent être regroupés. Premièrement, dans la classification des

scènes on a pu observer que la scène 1 et la scène 5 regroupaient des communes où aucune ambiance urbaine ne se démarquait. Pour le nouveau tableau de contingence, on associe donc la scène 1 et la scène 5 en une seule et unique scène. Deuxièmement, pour les profils socio-économiques des populations, le regroupement est plus rigoureux dans la mesure où il est effectué en fonction de la connaissance du phénomène social et spatial. Les deux classes étant les plus proches sont celle associées à la classe « confort » (C3) d'une part et, d'autre part, à la classe moyenne (C2). En effectuant ces regroupements, on obtient donc le tableau de contingence suivant :

Profils/scènes	S1/S5	S2	S3	S4	TOTAL
C1	8	7	10	19	44
C2/C3	11	2	2	7	22
C4	1	21	12	1	35
C5	13	8	6	13	40
TOTAL	33	38	30	40	141

En construisant **le tableau des effectifs théoriques (N_{ij}^*)**, la troisième condition du test du Chi2 est désormais validée, 94% des effectifs théoriques sont supérieurs à 5.

N_{ij}^*	S1/S5	S2	S3	S4	TOTAL
C1	10,30	11,86	9,36	12,48	44
C2/C3	5,15	5,93	4,68	6,24	22
C4	8,19	9,43	7,45	9,93	35
C5	9,36	10,78	8,51	11,35	40
TOTAL	33	38	30	40	141

A partir de cette construction de la distribution théorique du tableau de contingence, on peut calculer les écarts à l'indépendance ($N_{ij} - N_{ij}^*$) qui nous indiqueront les surreprésentations et les sous-représentations de scène dans chaque commune. Par exemple, pour la classe populaire C4, il existe une **sur-représentation** de la scène 2 et inversement une **sous-représentation** des scènes 1 et 4.

($N_{ij} - N_{ij}^*$)	S1	S2	S3	S4	TOTAL
C1	-2,30	-4,86	0,64	6,52	0,00
C2/C3	5,85	-3,93	-2,68	0,76	0,00
C4	-7,19	11,57	4,55	-8,93	0,00
C5	3,64	-2,78	-2,51	1,65	0,00
TOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

2.2. Déroulement du test du Chi2

Le test du Chi2 permet de mesurer la significativité de la relation entre les deux caractères observés, ici les profils socio-économique des populations et les scènes urbaines. Pour mesurer cet indicateur, il faut dans premier temps calculer les Chi2 locaux pour ensuite déterminer le Chi2 global.

$$\chi^{2local} = \frac{(N_{ij} - N * ij)^2}{N * ij}$$

$$\chi^2 global = \sum \chi^{2local}$$

Avant d'étudier le Chi2 global, il est intéressant de regarder les phénomènes traduits par les Chi2 locaux. Quatre relations entre classe et scène ont un poids non négligeable. Tout d'abord, la relation entre la classe populaire et l'ambiance branchée est la plus forte. Ensuite, la relation entre la classe populaire et la scène populaire est elle aussi importante. Pour finir, les classes confort, moyenne et populaire ont tendance à révéler des scènes sans distinction particulière.

Le but de ce test est de comparer la valeur observée du Chi2 à celle du Chi2 théorique pour définir s'il y a ou non une relation d'indépendance ou de dépendance entre les deux variables.

1. On pose l'hypothèse H0 selon laquelle « il n'y a pas de relation entre les classes sociales et les scènes urbaines ».
2. Le Chi2 observé vaut 51,255.
3. Soit k le nombre de classes sociales, soit p le nombre de scènes urbaines, soit ddl le degré de liberté du tableau étudié :

$$Ddl = (k-1) * (p-1) = (4-1) * (4-1) = 9$$

4. On fixe un risque d'erreur de rejet de H0, ici 0,01.

5.

On

Chi2	S1	S2	S3	S4	TOTAL
C1	0,513	1,990	0,044	3,403	
C2/C3	6,649	2,604	1,535	0,092	
C4	6,314	14,185	2,784	8,030	
C5	1,414	0,717	0,741	0,241	
TOTAL					51,255

définit le Chi2 théorique dans la table du Chi2 en fonction du degré de liberté et du risque d'erreur. Ici, le Chi2 théorique vaut 21,666.

6. On compare le Chi2 théorique et le Chi2 observé. H0 est vraie si le Chi2 observé est inférieur ou égal au Chi2 théorique sinon H0 est rejetée.

Dans notre test du Chi2, le Chi2 observé est de 51,255 et le Chi2 théorique est de 21,666. Pour un risque d'erreur de 0,01, la valeur du Chi2 observé est largement supérieure à la valeur du Chi2 théorique. On peut donc rejeter l'hypothèse H0 et conclure qu'il existe une relation de dépendance entre les classes sociales et les scènes urbaines. Pour ce risque d'erreur, cette relation est très significative.

Lorsque la liaison entre deux variables est significative, on peut tester l'intensité de la relation entre les caractères. Puisque le test du Chi2 a été utilisé pour voir s'il existait une relation entre les classes sociales et les scènes urbaines, calculer le coefficient de Tschuprow permettra d'évaluer l'intensité globale du lien.

Le coefficient de Tschuprow varie de 0 à 1, 0 représentant une indépendance totale entre les deux caractères et 1 une liaison mathématique.

Calcul du coefficient de Tschuprow :

Soit, T le coefficient de Tschuprow

χ^2 le Chi2 observé
 N l'effectif total de la population
 k le nombre de classes sociales
 p le nombre de scènes urbaines

$$T = \sqrt{\frac{\chi^2}{N(k-1) * (p-1)}} = \sqrt{\frac{51,255}{141 * 9}} = 0,20$$

En relation avec le nombre d'individus observés, le résultat du test de liaison est assez significatif. L'indépendance entre les deux variables est donc rejetée. Par rapport aux classes sociales considérées et aux scènes urbaines, il existe un phénomène de cause à effet qui permet de justifier une partie des implantations des scènes en fonction des profils socio-économiques de la population. Même si d'autres phénomènes sont à considérer dans cette répartition spatiale, la population demeure tout de même active de son ambiance urbaine.

Chapitre 8. L'analyse spatiale au secours de l'expertise culturelle des territoires

Mathias Rouet

Plusieurs équipes françaises de recherche en géographie ont tenté de modéliser les liens entre culture et territoires. Bien qu'elles ne se soient pas exclusivement concentrées sur la métropole, quatre études nous servent de base pour une réflexion à l'échelle du grand Paris. La première est un panorama complet des données du secteur culturel en France datant de 1997. Il s'agit d'une production du département prospectif du ministère de la Culture¹⁰⁷. La seconde étude est une tentative de typologie des villes selon leur taux d'équipement. Cette étude d'analyse spatiale menée par Jean Bernard Champion dans la lignée des travaux de Denise Pumain entend souligner les disparités géographiques d'accès à la culture qu'un aménagement serait en capacité de résorber¹⁰⁸. La troisième étude menée par Yves Guermond se demande comment modéliser les enjeux liant ville et culture à l'échelon national¹⁰⁹. Il fait appel pour cela à une dernière étude de Françoise Lucchini synthétisée dans son ouvrage *La culture au service des villes*¹¹⁰. Dans cette recherche, Lucchini souhaite mesurer le poids des politiques culturelles sur la répartition des structures culturelles publiques comme privées. La lecture de ces travaux nous permettra d'en tirer des méthodes d'examen de la culture dans la métropole envisagé dans une seconde partie. Ces travaux se cantonnent tous à des données ayant trait au champ de la Culture telle qu'elle est définie par le ministère¹¹¹. Nous élargirons cette définition pour mesurer l'activité culturelle en dehors de ce seul champ institutionnel. Nous imaginerons différentes mesures (équipement, diversité, offre) permettant de construire une typologie des communes du Grand Paris. Ces indicateurs présentent néanmoins un certain nombre de limites qu'il conviendra de formuler. Nous proposerons différentes pistes pour les surmonter et explorerons les différentes possibilités qui s'offrent à l'aménageur pour comprendre la répartition des activités culturelles à un échelon plus local.

¹⁰⁷ Département des études et de la prospective du ministère de la culture et de la communication, 1998, Atlas des activités culturelles, la documentation française.

¹⁰⁸ PUMAIN D, GODARD F, 1996, Données Urbaines, Anthropol-Economica, Collection villes, Paris

¹⁰⁹ GUERMOND Y, 2005 Modélisations en géographie, déterminismes et complexités, hermès sciences éditions

¹¹⁰ LUCCHINI F, 2002 La culture au service des villes, Collection villes, Ahtropos Economica

¹¹¹ Ces données ne dépassent pas les champs de la culture au sens « cultivé » du terme : l'Archéologie, Architecture & urbanisme Archives, Arts plastiques, Audiovisuel, Bibliothèques, Cinéma, Conservation-restauration, Danse, Ethnologie, Enseignement supérieur, Musées, Musique, Patrimoine, industries culturelles.

1- Des sources pour l'analyse à l'échelon national

Les recherches en analyse spatiale centrées sur le modèle ville-culture sont peu nombreuses. Les recherches de J.B Champion et Y. Guermond présentées ici se concentrent sur la répartition des équipements culturels institutionnels au sein des territoires. Elles constituent de premières tentatives d'évaluation de l'activité culturelle des villes. Bien qu'elles aient été menées à l'échelon national, nous pouvons retenir de ces modélisations des principes pour les appliquer à l'étude du grand Paris.

Souhaitant pallier le manque de travaux de modélisation des données culturelles, le statisticien de l'INSEE Jean Bernard Champion propose au sein d'un recueil de travaux sur les données et la ville¹¹², un article reposant sur une typologie des communes françaises selon le taux de présence de quarante neuf équipements culturels et de loisirs, répertoriés dans l'Enquête Equipements Urbains 1994.¹¹³ Pour pouvoir travailler sur un indicateur homogène, il choisit de convertir les équipements qui avaient fait l'objet d'un dénombrement en termes de présence ou d'absence. Il construit ainsi une classification ascendante hiérarchique à partir des unités retenues dans son échantillon. Il retient le quartier comme unité d'analyse dans les unités urbaines de plus de 30 000 habitants, la commune dans les unités urbaines de moins de 30 000 habitants). Il croise ces résultats avec les critères classiques de localisation (agglomération, monde rural, centre/périphérie) mais également avec une typologie socioprofessionnelle des communes préalablement établie par l'INSEE. Il esquisse ainsi des profils de villes en fonction de leur équipement culturel. Aucune modélisation n'avait jusqu'ici couvert un champ d'enquête culturelle aussi large en géographie, du monument historique au bibliobus, de la galerie d'art au festival de musique. Deux ans plus tard le ministère ne propose en définitive qu'une cartographie de ces équipements, sans tentative de typologie comme celle proposée par JB. Champion.

Les profils de communes qu'il dégage sont répertoriés ci-dessous. Les résultats de son enquête sont synthétisés en une carte présentée en figure 13.

TYPOLOGIE DES QUARTIERS SOUS EQUIPES : QUARTIERS OUVRIERS MAIS AUSSI QUARTIER DE CATEGORIES PLUS AISEES

Classe A1 : au cœur des grandes agglomérations, des quartiers sous équipés

Classe A2 : bibliothèques et médiathèques municipales dans certains quartiers des villes de province et au nord de Paris

Classe A3 : équipements polyvalents et animations, absence de patrimoine

Classe A4 : bibliothèques, équipements polyvalents, sites classés et mise en valeur du patrimoine

¹¹² PUMAIN D, GODARD F, 1996, Données Urbaines, Anthropos-Economica, Collection villes, Paris

¹¹³ L'article fait référence à une enquête de 1994. Ce type d'inventaire communal n'a pas été renouvelé après 1998.

Classe A5 : monuments historiques, musées, expositions, salles de spectacle

DES QUARTIERS BIEN EQUIPES, LOCALISES DANS DES ESPACES SOCIALEMENT PLUS HOMOGENES

Classe B1 : Cinémas, équipements polyvalents, expositions et animations

Classe B2 : Une grande variété d'équipements dans les espaces périurbains de la banlieue parisienne

Classe B3 : quartiers des cinémas, type essentiellement parisien

Classe B4 : un fort suréquipement des centres de province et des communes du sud de l'île de France où résident catégories moyennes et supérieures du tertiaire.

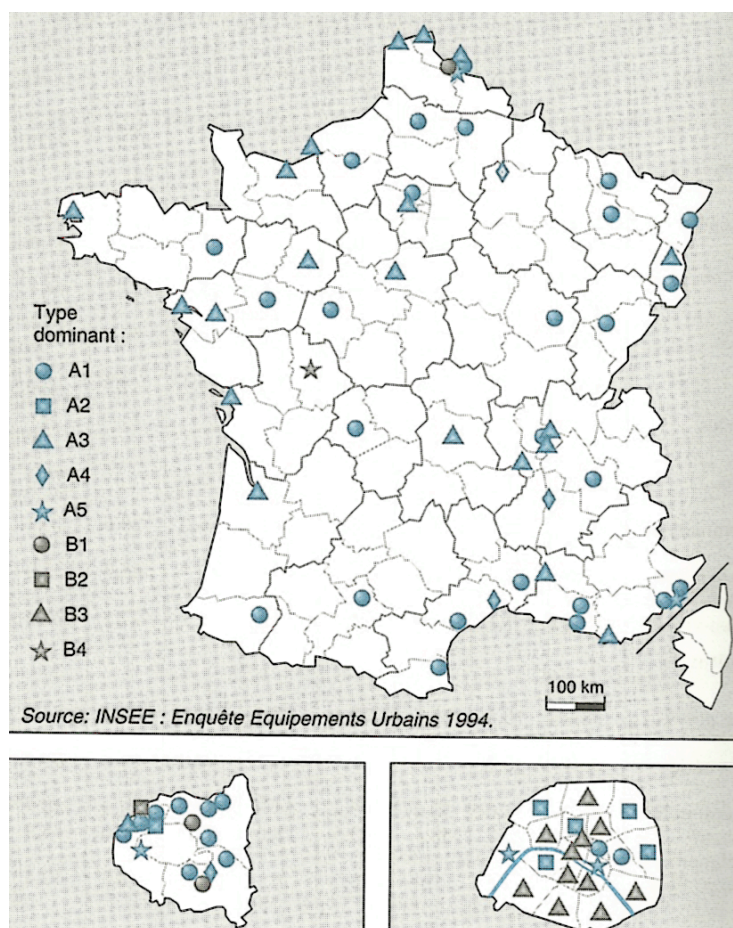


Figure 1. Types de quartiers dominant dans les villes de plus de 60 000 habitants. Source : CHAMPION JB in PUMAIN D. et GODARD F, 1996, Données urbaines, ed. Anthropos Economica collection villes

L'échelon national conservé, INSEE oblige, semble cependant peu pertinent. On se demande comment pouvoir utiliser une telle typologie en aménagement. Les profils - types

obtenus répertoriés ci-dessous¹¹⁴ paraissent peu heuristiques. L'enquête, basée sur la seule présence ou absence d'un service culturel sur le territoire communal, ne permet pas d'évaluer certains critères comme la nature, la qualité ou la capacité d'accueil des équipements.

Les résultats obtenus dans les catégories d'A2 à B1 révèlent le faible intérêt que ce genre d'approche peut avoir en urbanisme. Une typologie par type de quartier dominant conduit à des absurdités. Si la comparaison entre ville semble possible pour un type d'équipement (théâtre, cinéma, bibliothèque...), le croisement de plusieurs équipements paraît hasardeux. Les types créés ne renvoient qu'à une réalité médiocre de l'équipement culturel des villes. Les villes les mieux classées sont celles qui disposent du plus grand nombre d'équipements culturels dans tous leurs quartiers. Si dans une ville de province, tous les équipements sont concentrés au cœur de la ville, elle sera décotée, quand bien même son réseau de transport permet un accès rapide de tous les habitants à cet équipement. La typologie ne prend en effet pas compte des enjeux d'accessibilité culturelle et de mobilité à l'échelon urbain. L'étude de l'INSEE part du préjugé qu'une bonne offre culturelle est une offre également répartie dans l'ensemble de la ville, quelle que soient les caractéristiques historiques, sociales, économiques du territoire étudié. Il étudie à l'échelon national des enjeux trop dépendant des contextes locaux. Nous pensons qu'ici une approche à la commune, et non par quartier dominant aurait été plus judicieuse.

Les communes de Bordeaux, La Rochelle comme celles d'Avignon et Nantes sont classées dans le type « *dominant A3* » par l'étude. Ce type se distingue de la catégorie A4 par son « *absence de patrimoine* ». Les communes de Bordeaux et de La Rochelle sont pourtant les deux communes françaises qui comptent en 1994 le plus grand nombre de monuments inventoriés et classés en France¹¹⁵. Les villes d'Avignon et de Nantes se démarquent également en 1997 par leur nombre considérable de monuments historiques. Si Bordeaux se retrouve dans la catégorie A3 alors qu'il s'agit de la ville qui possède le plus grand nombre d'édifice classés, c'est ainsi parce que ses monuments sont plus concentrés dans le centre-ville que la moyenne des villes française. Les quartiers périphériques sont en comparaison bien moins riches en patrimoine : le type dominant pour l'agglomération est donc celui du manque de « patrimoine ».

La typologie est en réalité fondée sur une recherche des équipements culturels de proximité. Cette notion de proximité varie grandement d'une ville à une autre, d'un quartier à l'autre. La majorité des habitants des quartiers de Bordeaux n'est pas à proximité d'un monument historique. Ils sont concentrés dans le centre ville, plutôt réduit. Quel est l'intérêt pour la recherche comme pour l'aménagement de construire une typologie pour montrer *in fine* que la

¹¹⁴ PUMAIN D, GODARD F, 1996, Données Urbaines, Anthropos-Economica, pp. 105-114 Collection villes, Paris

¹¹⁵ Département des études et de la prospective du ministère de la Culture, 1997, ib.

majorité des habitants des quartiers périphériques de Bordeaux n'a pas accès à un opéra, à un théâtre ou à un musée national dans un rayon de moins de trois kilomètres. Poitiers, ville plus petite mais plus dense est nécessairement mieux classée. Elle apparaît ainsi en tête de classement. Cette étude ne dit en revanche rien de l'origine géographique des usagers des équipements.

La typologie effectuée par J.B Champion donne des résultats qui ne sont guère plus convaincants pour Paris. Les 7^e, 11^e et Montreuil sont regroupés sous un même titre (cf. Figure 13) : ils seraient sous-équipés culturellement. Ici, le bon sens et une pratique même sommaire du terrain permettent de juger cette typologie caduque. Cette catégorie regrouperait « *des communes sous équipées en musées, artothèques, démunie en sites classés et inscrits* ». Comment est-il possible que ces communes y figurent ? Le 7^e arrondissement est celui des Invalides, du musée Rodin, d'Orsay, de la Tour Eiffel et aujourd'hui du musée du Quai Branly. Il est en outre l'un des premiers à avoir accueilli un secteur sauvegardé par la loi Malraux. Comment le comparer au 19^e arrondissement, quatre fois plus peuplé également présent dans cette catégorie ? Le regroupement de plusieurs équipements pour établir des catégories semble proscrire : il donne des résultats inadaptés à la réalité culturelle des territoires.

Enfin, que veut dire *sous-équipé* culturellement ? Que signifierait sous équipé dans le 7^e arrondissement ? Doit-il y avoir une diversité maximale d'aménités dans chaque commune ? Il semble stigmatiser ce sous équipement. Ce qualificatif est il pour autant le signe d'un défaut d'accès des habitants à la culture ? Ne faut-il pas davantage lier ce sous-équipement à la demande culturelle des administrés ? ¹¹⁶

D'autre part, l'étude se concentre sur des catégories culturelles des plus institutionnelles. (Bibliothèques, musées, auditoriums...) Or, n'existe-t-il pas des réseaux culturels actifs non référencés par l'INSEE ? Le choix des critères entrant dans la construction des typologies est déterminant et doit être remis en question ici.

Puisque cette étude entend pointer les disparités d'implantation des équipements culturels, pourquoi ne se borner aux équipements strictement publics, sur lesquels les pouvoirs publics ont directement la main ? J.B Champion choisit d'inclure dans son étude des établissements culturels privés incontournables : cinémas, théâtres, salles de concert . Dès lors que le chercheur décide d'inclure des équipements privés, pourquoi inclure les salles de cinéma et

¹¹⁶ Les habitants du 7^e arrondissement sont de grands consommateurs culturels mais hors de leur commune. La mairie du 7^e arrondissement a ainsi dû arrêter un projet d'aménagement de salle de musique actuelles, la population craignant un afflux de population extérieure au quartier. Les sorties culturelles sont autant d'occasion de sortie du quartier pour les habitants, qui définissent le 7^e arrondissement comme calme et résidentiel. Ainsi les principaux lieux d'échanges culturels sont situés aux franges du quartier. Entretien réalisé avec Laurence Girard, adjointe PS au maire du 7^e arrondissement dans un entretien du 9 décembre 2008

non les librairies ? La terminologie « sous équipée culturellement » tend à figer ce qui fait culture en fonction du choix de la base de données convoquée par l'auteur. N'y figurent pas, par exemple, les librairies, les activités d'édition ou le nombre d'associations culturelles et religieuses. Il semble donc proscrit d'employer ce terme de « sous équipé ». Les catégories du chercheur, ici catégories INSEE, ne peuvent prétendre refléter l'ensemble des activités culturelles des habitants.

Quelques éléments de la typologie sont cependant à conserver. La catégorie qui concentre dans l'étude la grande majorité des communes de la métropole « socialement plus homogènes ». Cette seconde catégorie, « B », paraît plus nette. Ses sous-catégories se distinguent par des indicateurs plus ciblés. Champion fait des cinémas un facteur de distinction pour Paris dans la catégorie B3, et fait l'hypothèse que la diversité des équipements culturels peut être très discriminante en catégorie B4.

Nous nous proposons désormais de réinvestir différentes pistes proposées par J.B Champion pour mesurer l'activité culturelle des communes du grand Paris. L'approche par quartier telle qu'elle a été menée dans l'étude précédente n'est pas indispensable. Le classement des villes par quartier dominant ne reflète en rien l'état culturel des communes. La mobilité au sein du grand Paris est telle qu'on ne peut restreindre les « équipements culturels de proximité » aux seuls équipements culturels de quartier. L'approche à la commune nous paraît plus juste : le cinéma Le Magic à Bobigny ou le théâtre Gérard Philippe à Saint Denis ne sont pas des équipements de quartiers mais sont destinés à un public communal voire intercommunal.¹¹⁷

2-Analyse et typologie de l'offre culturelle dans les communes du Grand Paris

L'étude a désormais plus de seize ans. En prenant compte des critiques émises sur la méthode de JB Champion, est-il possible d'élaborer une typologie des disparités d'accès à la culture institutionnelle dans le Grand Paris ? J.B Champion mettait en avant la nécessité d'adopter une approche plus locale. L'analyse par quartier dominant semble vaine à l'échelon national : les aires comparées sont trop différentes, les contextes de ville trop singuliers. Une étude sur une aire plus réduite comme le grand Paris, semble plus apte à fournir des clés de lectures utilisables en aménagement. L'auteur souligne l'importante « *homogénéité sociale* » qui existe

¹¹⁷ L'Opéra Bastille est ainsi considéré par ses gestionnaires comme un équipement de proximité pour les 3^e, 4^e, 11^e, 12^e et 20^e arrondissements.

On peut d'ores et déjà noter que si les mobilités sont importantes et nécessitent de ne pas penser les différents équipements comme présents seulement pour la population locale, la densité, le réseau de transport exceptionnel et les faibles distances entre les différents points du Grand Paris font que chaque équipement est théoriquement à la portée de l'intégralité des usagers du Grand Paris. Des salles de spectacles ou festivals comme ceux de Sartrouville, Versailles ou Enghien connaissent une forte fréquentation parisienne alors qu'ils sortent des limites de l'aire retenus.

entre communes au sein de la région parisienne. Cela nous invite à penser que les résultats pour une étude dans le grand Paris n'en seront que meilleurs.

Nous allons désormais tenter de déterminer un indice de desserte culturelle pour les communes du Grand Paris. Quelles sont donc les tendances et disparités observées dans la répartition des équipements culturels au sein d'une métropole où les mobilités liées aux activités culturelles sont facilitées par un excellent réseau de transport ?

A- Création d'une base de données

L'enquête équipements urbains n'a pas été renouvelée depuis 1998. En résulte une perte d'informations considérable pour la recherche géographique sur la culture. Les données sur les cinémas sont les seuls rescapés de cette enquête : on les retrouve dans la Base Permanente des Equipements¹¹⁸ mise à jour chaque année.

Ne pouvant s'appuyer sur les données ni sur l'enquête équipements urbains, ni sur la base BPE, ce travail utilisera la base Connaissance Localisée de l'Appareil Productif produite par l'INSEE. Elle ne présente pas les mêmes catégories que celles utilisées par J.B Champion dans son étude d'analyse spatiale, mais propose des données de 2009 utilisables pour un certain nombre de commerces et équipements. La base CLAP fournit des informations à la commune sur le nombre de cinémas, de salles de spectacle, de librairies, de bibliothèques mais permet également d'ouvrir le champ d'étude à d'autres données que nous souhaitons intégrer dans notre mesure de l'activité culturelle : activités sportives, clubs, casinos. L'étude de Champion était censée se focaliser sur « *les équipements culturels et de loisirs dans les quartiers* ». Sa mesure repose en réalité sur des équipements très conventionnels. Nous souhaitons ouvrir la culture dans notre mesure à des champs moins institutionnels. Nous pourrions ainsi mesurer l'activité culturelles des communes de l'Opéra à la maison des associations, sans oublier le club d'équitation.

Fin 2009, le journal le Monde déclarait Paris « *capitale européenne de l'ennui* »¹¹⁹. Quelques mois plus tard, le jeune journal du Grand Paris Mégalopolis, expliquait comment la banlieue était un territoire de l'ennui profond où les activités culturelles, et particulièrement le soir, se font rares.

« Paris se meurt en silence. Le constat émane des professionnels de la nuit parisienne. Des « Etats généraux » – rien que ça – vont même avoir lieu le mois prochain. Vraiment, on s'ennuie à Paris ? Non, c'est en banlieue qu'on s'emmerde ! Imaginez toutefois ce débat parisiano-parisien vu de Champigny-sur-Marne (...) ! Parce que, là-bas, malgré les efforts des collectivités locales et des associations, le week-end,

¹¹⁸ La base permanente des équipements de l'INSEE qui permet de définir les « bassins de vie » n'apporte que peu de données relatives à la culture puisque

¹¹⁹ Le Monde, 01 décembre 2009, Paris, capitale européenne de l'ennui par LE PLAS O.

on se tourne les pouces dans une MJC éclairée au néon ou sur un banc public au bas d'une tour désespérément muette. Parce que, là-bas, on aimerait bien s'ennuyer comme les admirateurs de Berlin semblent s'ennuyer à Paris. »¹²⁰

Ce constat du dépérissement culturel des banlieues nous invite – en aménageur- à ne plus considérer les territoires en terme d'équipement et de sous équipement mais davantage en termes d'activité et d'inactivité culturelle. Si les cultures n'ont pas de lieu pour s'exprimer, se faire valoir ou se défendre, comment pourraient elles être revendiquées en identité ? Prendre en compte les secteurs privés et associatifs de la culture et des loisirs nous paraît ainsi d'autant plus indispensable que l'expression des cultures locales n'est souvent pas permise par les équipements institutionnels. Nous établissons donc une typologie des communes du Grand Paris en fonction du nombre mais aussi de la diversité de structures offrant distraction et possibilité d'engagement associatif aux individus.

Pour obtenir des informations sur le nombre d'associations culturelles par commune ou le nombre de galeries d'art, il faut trouver une autre source d'informations que l'INSEE. Les grandes enquêtes sur les pratiques culturelles ont cessé. L'INSEE regroupe les commerces et équipements culturels dans des catégories obscures telles que « *activités artistiques* »¹²¹. La diversité des activités regroupées sous cette catégorie rend cette source inutilisable. Nous avons donc du avoir recours à la base de données des pages jaunes¹²² pour les commerces et les activités associatives, le Recensement des Equipements Sportifs sur les terrains et installations sportives et la base Mérimée du ministère de la culture sur les monuments et objets historiques répertoriés à l'Inventaire. Nous concentrons les commerces et équipements culturels, sportifs et de loisirs en quinze catégories répertoriées dans le tableau ci dessous. Cette classification reprend à peu près les 49 sous catégories de l'Enquête Equipements Urbains et l'enrichit de données sur les équipements de loisir privés.

1- Musées, muséums, collections	2- Salles de spectacles : opéra, théâtre, salle de	3- Bibliothèques, médiathèques
--	---	---------------------------------------

¹²⁰ Mégapolis, mai 2010 « Banlieue, voyage au bout de l'ennui » par LE FILLIATRE J.

¹²¹ Cette classe contient en effet :

- A- les activités exercées par les artistes indépendants dans le domaine des arts dramatiques et musicaux : musiciens, acteurs, danseurs, artistes de music hall, metteurs en scène, etc.
- B- les activités des ensembles permanents, non liés à une salle : troupes, orchestres, compagnies, etc.
- C - les activités exercées par les autres artistes indépendants : peintres, dessinateurs, sculpteurs, écrivains, etc.
- D - les activités de création de spectacles : danse, théâtre, concert, opéra, etc. - la gestion des droits attachés aux œuvres artistiques, littéraires, musicales, etc. (sauf œuvres cinématographiques et audiovisuelles)
- E - la restauration d'objets d'art (sauf constructions, meubles, vitraux et instruments de musique)
- F - les décorateurs sur céramique (si artistique)
- G - la fabrication de statues en bronze (si artistique)
- H - l'organisation de manifestations culturelles et la promotion de spectacles

¹²² Avec l'utilisation du webcrawler

	concert, de variété	
4- Ecoles d'art, manufactures, centres d'art conventionnés	5- Edifices classés monuments historiques et inventoriés	6- Jardins botaniques et parcs zoologiques
7- Installations sportives	8- Associations sportives	9- Associations culturelles
10- Cinémas	11- Galeries d'art	12- Librairies, presse
13- Discothèques, clubs	14-Casinos, salles de pari	15- Foires, manèges et parcs d'attractions

Pour évaluer la quantité et la diversité des services culturels et récréatifs à la disposition des habitants de la métropole, l'enjeu est de choisir une conception opératoire du concept de culture. Une culture nécessairement prise ici comme culture de groupe et non individuelle. Pour cela on recense la présence d'équipements relevant de domaines proprement artistiques (équipements publics comme associations de musique, danse, littérature, arts plastiques, cinéma) mais aussi ceux appartenant à un registre proche de la culture au quotidien (café-concert, discothèques, salles de variétés, librairies...) Des données sur les équipements et commerces liés au loisir utilisables pour le traitement statistiques sont également intégrées. Il s'agit essentiellement de données relatives au sport. Nous considérons que ces équipements d'animation participent au même titre que la culture à la qualité de vie du citoyen et à la revendication d'une image de marque séduisante pour la ville. En outre, une recherche basée sur les équipements ne peut pas faire l'économie de considérer que ces équipements sont souvent d'usage mixtes. Les casinos comme les stades accueillent par exemple un grand nombre de manifestations culturelles. Le Stade de France accueille certainement plus de public chaque année que l'ensemble des salles de spectacle du Val de Marne et des Hauts de Seine réunis. Les clubs et discothèques sont au même titre des lieux de production et de rencontres artistiques privilégiées dans le domaine musical. Enfin, la frontière entre activités sportives et culturelles est dans bien des cas difficile à déterminer. On pense ici aux pratiques sportives caractéristiques d'un type d'immigration, celles révélant la présence de cultures régionales ou enfin celles caractéristiques d'une « culture de classes ». Ces activités sportives participent à la « diversité » culturelle et à l'affirmation des identités dans le grand Paris.

Si les études à l'échelon national avaient diagnostiqué la primatie écrasante de la région parisienne¹²³, on découvre ici qu'elle est essentiellement le fait de Paris *intra muros*. Paris est nettement plus riche en équipement et associations culturels et de loisirs que sa banlieue. Le tableau 2 présente pour les différents équipements mis à l'étude la part des différents départements dans le total métropolitain.

Tableau 3. Indice de primatie des départements de la métropole parisienne pour différents équipements culturels et récréatifs.

Nature de l'équipement culturel	Part du premier département dans le total de la métropole (%)	Part du second département dans le total de la métropole (%)	Nom du premier département	Nom du second département	Indice de primatie
Musées	66,6	19,9	Paris	Hauts de Seine	3,3
Bibliothèques, médiathèques	86,7	4,4	Paris	Val de Marne	19,6
Ecoles d'art, manufactures et centres d'art conventionnés	62,5	18,8	Paris	Hauts de Seine	3,3
Edifices inventaire et monuments historiques	38,8	29,3	Hauts de Seine	Val de Marne	1,3
Objets répertoriés inventaire du ministère de la culture	49,5	21,1	Paris	Hauts de Seine	2,4
Salles de spectacles	69,8	13,0	Paris	Hauts de Seine	5,4
Cinémas	77,7	10,9	Paris	Hauts de Seine	7,1
Galleries d'art	95,5	2,3	Paris	Hauts de Seine	41,5
Librairies, presses	68,1	13,0	Paris	Hauts de Seine	5,2
Discothèques et clubs	84,3	8,6	Paris	Val de Marne	9,8
Casinos, salles de pari	58,9	20,2	Paris	Hauts de Seine	2,9
Manèges et parcs d'attractions	71,9	3,2	Paris	Val de Marne	22,1
Associations sportives	32,3	24,6	Paris	Hauts de Seine	1,3
Associations culturelles	63,9	12,9	Paris	Hauts de Seine	5,0
Installations sportives	59,4	21,0	Paris	Hauts de	2,8

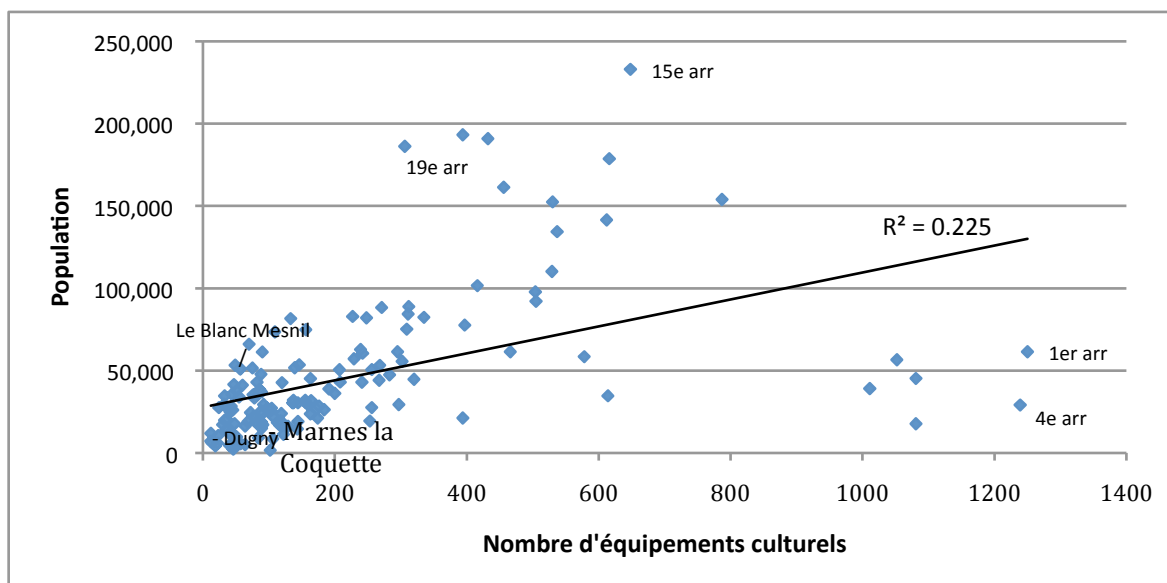
¹²³ Département de la prospective du ministère de la culture, ib.

				Seine	
Total équipements culturels de loisir et sportifs	45,5	24,8	Paris	Hauts de Seine	1,8
Population municipale	33,5	23,6	Paris	Hauts de Seine	1,4

Grâce aux travaux menés par Françoise Lucchini¹²⁴ à l'échelon national, nous pouvons statuer que l'indice de primatie entre la première et seconde ville française est inférieur à celui observé entre départements de la métropole parisienne pour différents équipements. Concernant les cinémas, l'indice de primatie est de 6,8 (Paris par rapport à Lyon) à l'échelon national quand il est de 7,1 au sein de la métropole (Paris par rapport au département des Hauts de Seine). L'indice de primatie est encore plus élevé pour les bibliothèques et médiathèques : 7,0 entre la première et la deuxième ville française (Paris par rapport à Lyon) pour un indice 19,6 dans la métropole. (Paris et le département du Val de Marne.) Comment expliquer cette répartition au profit du centre de l'agglomération ?

Cette répartition révèle une tendance à la concentration des aménités culturelles dans les pôles les plus peuplés et au cœur de la métropole.

Le coefficient de corrélation entre population et nombre d'aménités est en effet positif $R^2 : 0,23$. Cependant la sur concentration culturelle parisienne ne peut s'expliquer par une simple réponse à une demande de population plus nombreuse dans la capitale. Paris est certes plus peuplée que les départements alentour¹²⁵ mais sa population reste d'un ordre de grandeur tout à fait comparable à celle des autres départements.



124 LUCCHINI F. 2002, La culture au service des villes, Paris, Anthropos, coll. Villes.

125 Indice de primatie 1,4

Figure 2. Nombre d'équipements culturels et population communale dans le grand Paris.

On constate en effet l'existence au sein de la métropole de l'existence de niveaux urbains de desserte culturelle, organisés de façon hiérarchique. La cartographie des services récréatifs, culturels et sportifs montre une concentration de ces équipements favorisant le centre de l'agglomération aux dépens des espaces plus périphériques. Les équipements culturels dans leur ensemble confortent ainsi la centralité urbaine. Leur localisation se conforme à ce que prévoit la théorie des lieux centraux selon la loi de densité de population urbaine : très concentrée au centre et de moins en moins dense selon une logique concentrique¹²⁶. Cette loi par la suite appliquée à la répartition des activités de service urbain se confirme ici, avec une décroissance de la densité des commerces et établissements culturels et récréatifs à partir du centre : Paris. La figure 16 montre que la répartition des galeries d'art dans la métropole est conforme à cette loi. Les lieux de culture semblent se disposer en région parisienne comme n'importe quel service offert à la population, au plus près du consommateur final soit près des grandes poches de population. F. Lucchini repérait une disposition identique à Rouen et Brighton.

¹²⁶ Loi urbaine éditée par Clark à propos de la répartition de la population.

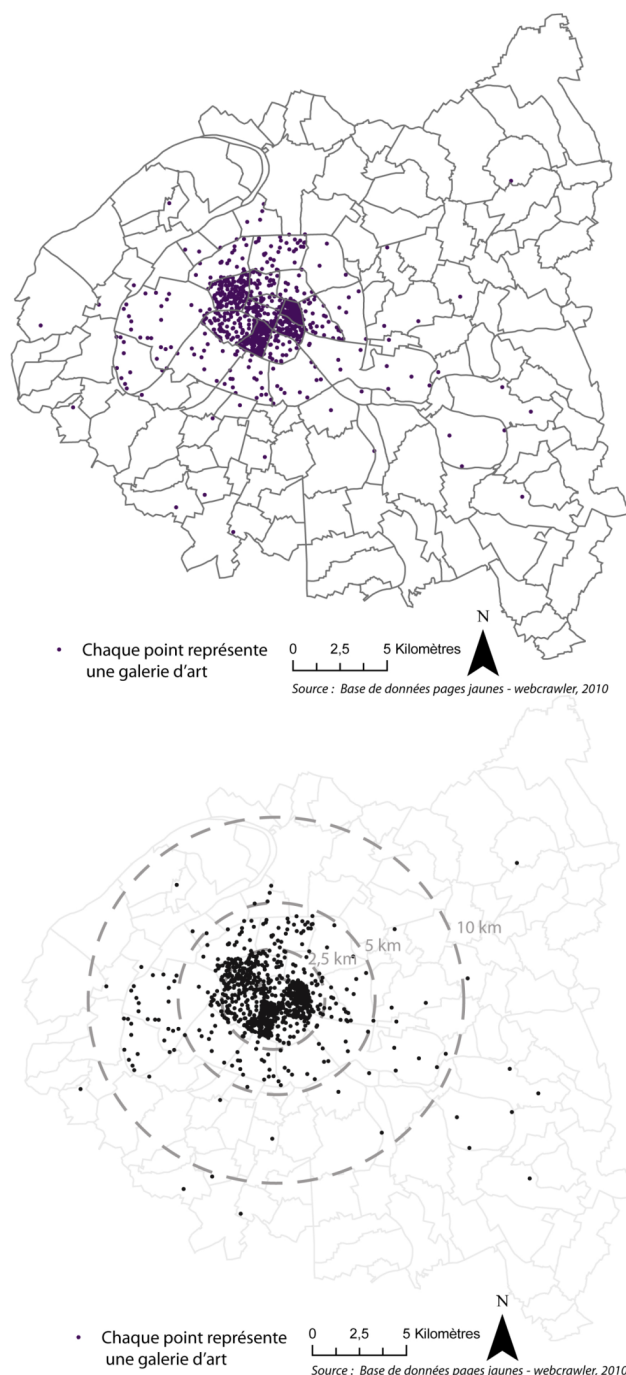


Figure 3. logique concentrique de la répartition des galeries d'art dans le grand Paris

L'importance du nombre d'équipements culturels, récréatifs et sportifs s'explique enfin par l'importance des infrastructures appartenant non pas aux mairies d'arrondissement ni à la mairie de Paris mais à l'Etat lui-même. En effet la ville de Paris et la région Ile de France dépensent en réalité bien moins par habitant que les autres villes et régions françaises¹²⁷. Si les dépenses culturelles sont élevées à Paris en valeur absolue, son effort relatif par habitant et la part

¹²⁷ Département des études et de la prospective du ministère de la Culture, 1997, ib.

de la culture dans ses dépenses globales classent la capitale dans la moyenne des communes de moins de 80 000 habitants.¹²⁸

Si Paris écrase les trois autres départements du grand Paris par le nombre de ses équipements culturels, on observe que peu de disparités à l'intérieur de chaque département. (Voir figure 15). Les communes parisiennes sont toutes riches en équipements culturels. On observe une logique de répartition multipolaire dans les départements de Petite Couronne. L'activité semble concentrée dans les grands pôles départementaux en suivant la hiérarchie urbaine. Saint Denis, Montreuil, Aulnay sous Bois se distinguent en Seine Saint Denis, Boulogne Billancourt et les communes de l'axe Paris Saint-Germain-en-Laye dans les Hauts de Seine. Créteil, Vitry et Saint Maur dans le Val de Marne. Ivry-Vitry et Créteil-Saint Maur sont les deux grands pôles du Val de Marne.

¹²⁸ Département des études et de la prospective du ministère de la Culture, 1997, ib.

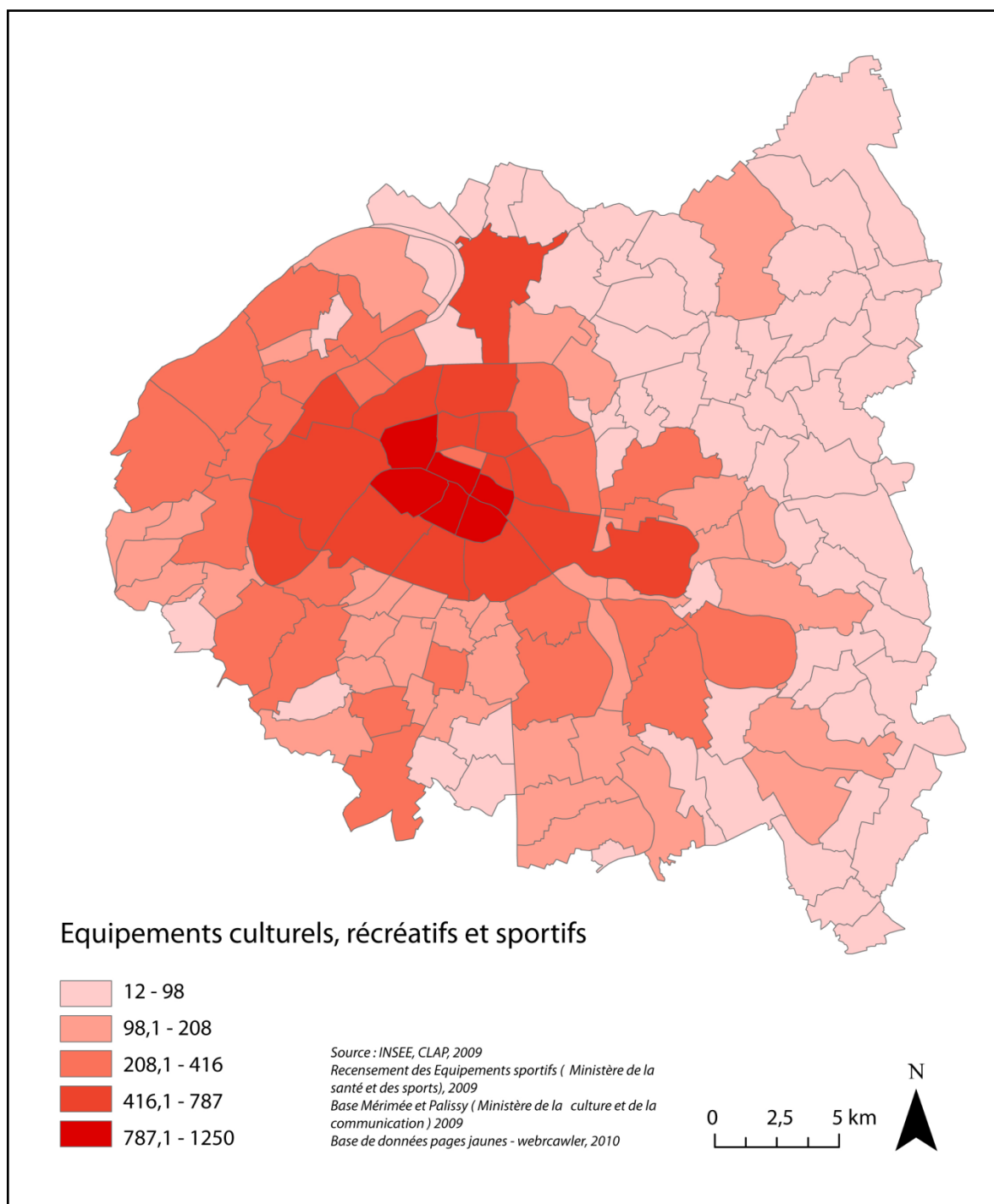


Figure 4. Equipements culturels, récréatifs et sportifs dans la métropole parisienne.

Nous avons vu que Paris est mieux pourvu en aménités culturelles, récréatives et de loisir, les différents commerces et équipements ne sont pas distribués de façon analogue sur le territoire métropolitain. Nous avons vu que la répartition du nombre d'aménités est davantage fonction de la position de la commune dans la métropole que de sa population. Néanmoins, en ce qui concerne la diversité des aménités, plus une commune sera peuplée, plus le nombre de commerces et équipements de différente nature sera élevé. La corrélation entre population des

communes et diversité d'équipements est très forte ($R^2 : 0,76$), bien plus forte que la corrélation entre population et nombre brut d'équipements et de commerces culturels et récréatifs. ($R^2 : 0,23$).

Nature de l'équipement culturel	% de villes équipées	% de la population desservie localement
Musées	41,3	58,3
Bibliothèques, médiathèques	21,0	42,3
Ecoles d'art, manufactures et centres d'art conventionnés	9,8	18,2
Edifices inventaire et monuments historiques	93,7	95,3
Salles de spectacles	53,8	75,2
Cinémas	35,0	59,2
Librairies, presses	94,4	99,1
Galleries d'art	32,9	53,7
Discothèques et clubs	18,8	35,1
Associations sportives	90,2	96,7
Associations culturelles	91,6	98,3
Installations sportives	90,2	79,8

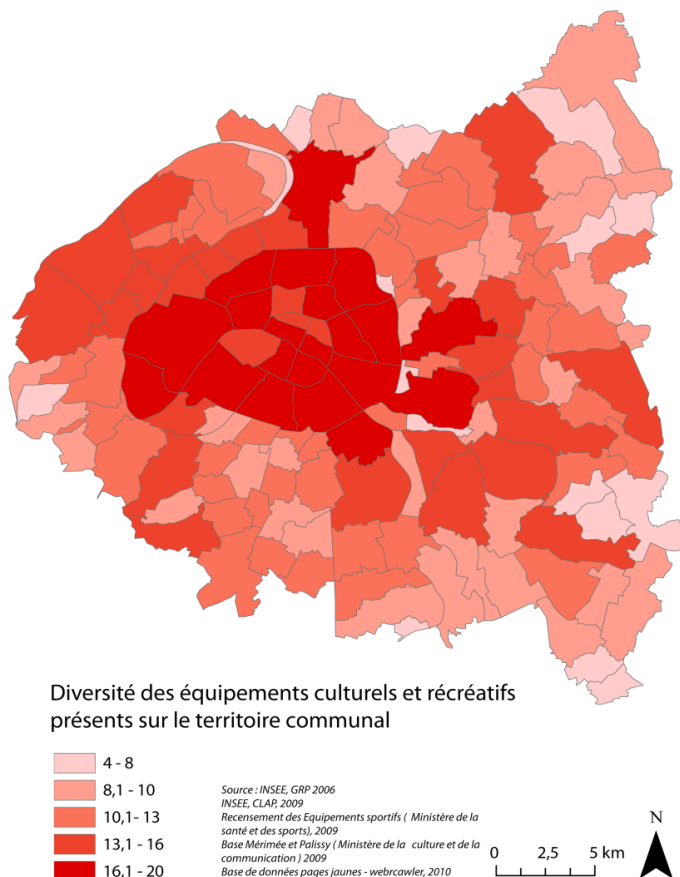


Tableau 4. Fréquence des équipements culturels, sportifs et de loisir dans la métropole parisienne.

Figure 5 (à droite). Diversité des équipements culturels, sportifs et de loisir pour chaque commune de la métropole parisienne.

Des équipements et commerces culturels de proximité sont très amplement distribués sur le territoire : il s'agit des librairies, des différents types d'associations, des installations sportives. Ils desservent une population strictement locale comme le montre le tableau 3 ci-dessus. D'autres équipements sont moins distribués (salles de spectacle, cinémas) quand d'autres sont très rares (centre d'art, opéra). Ils bénéficient d'un rayonnement plus large que celui de la population de la commune qui l'accueille. On peut ainsi modéliser la répartition des équipements selon une courbe cumulative de la population (Voir figure 18).

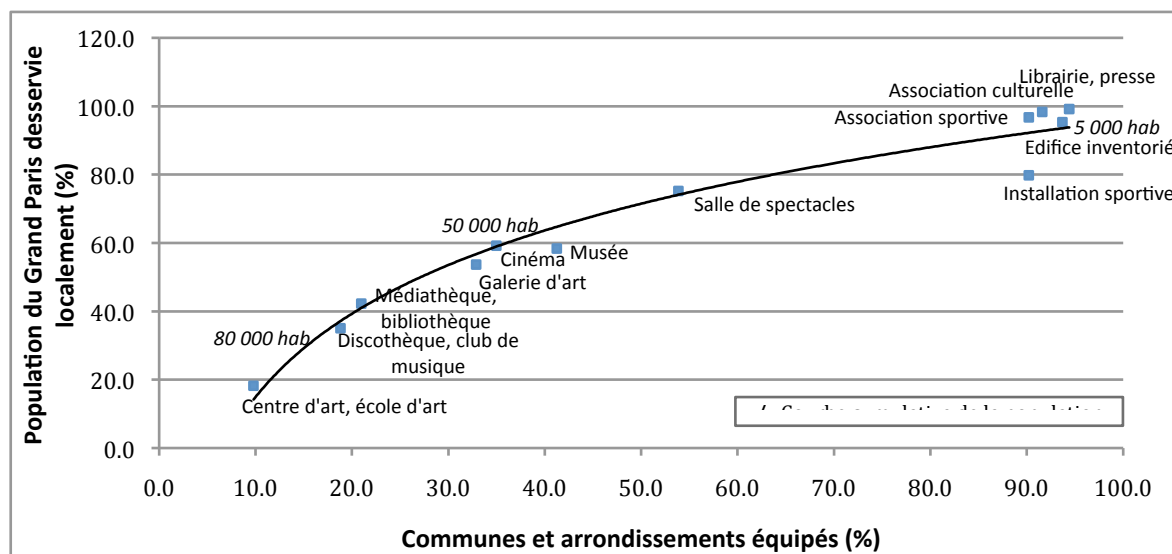


Figure 6. Desserte et concentration des équipements culturels de communes du grand Paris.

Contrairement aux équipements culturels, les installations sportives sont très représentées dans la *quasi* totalité des communes. 89% des communes ont un terrain de football, 92,3% au moins un terrain de tennis, 77% au moins un boulodrome.... La géographie des équipements culturels ne suit pas une distribution aléatoire qui présiderait seule au choix de leur implantation dans la ville. Elle ne se conforme cependant pas non plus à une répartition régulière qui suivrait la seule variable population comme la répartition des écoles publiques, disposées régulièrement sur le territoire métropolitain. La répartition des infrastructures sportives se démarque ainsi des infrastructures culturelles en ce qu'elle a suivi une implantation plus régulière. Yves Guermond avance comme hypothèse d'explication de cette répartition que le sport est en France une obligation éducative. Selon lui, l'étude des matrices de distances équipements culturels/écoles et équipements sportifs/écoles confirme ce constat de répartition. Elle s'expliquerait donc par le fait que nombre de complexes sportifs sont situés à proximité des groupes scolaires, donc disposés régulièrement dans la ville.¹²⁹

L'analyse de la courbe cumulative de la population proposée en figure 18 nous montre que le seuil de population à atteindre pour que les communes se dotent d'un équipement culturel est plus bas dans la métropole parisienne que pour l'ensemble de la France.¹³⁰ Des structures privées ou semi-privées (librairies, cinémas, galeries) sont observées dans des communes moins peuplées qu'en province. Cette répartition s'explique notamment par un niveau de vie des franciliens supérieur à la moyenne française et particulièrement à Paris et dans les Hauts de Seine.

¹²⁹ GUERMOND Y, ib.

¹³⁰ Comparaison avec l'étude menée par LUCCHINI.F, MTG, Université de Rouen, 2005

Le seuil d'apparition des bibliothèques est en revanche plus élevé. Les gestionnaires de ce service public semblent avoir profité de la proximité parisienne et de grandes universités comme Nanterre, Créteil, Saint Denis pour faire des économies d'échelles.

C- Une desserte locale inégalement répartie

Y a-t-il du sens cependant à repérer que le Pré Saint Gervais ne possède ni bibliothèque ni musée quand cette petite commune limitrophe de Paris est bien desservie par les transports en commun et qu'elle profite de la manne culturelle parisienne à proximité ? Peut-on dire que ses habitants sont particulièrement mal desservis culturellement ? Alors que la présence de Paris tout proche offre justement à tous les franciliens la possibilité de se divertir et de se cultiver, il fait particulièrement sens de chercher les communes qui, dans le Grand Paris, proposent à leurs habitants une offre culturelle conséquente. Ainsi la figure 19 répertorie le nombre d'équipements culturels et de loisirs par habitant et par commune dans la métropole parisienne.

En matière de desserte par habitant et en choix culturels, ce ne sont pas les grandes villes qui caracolent en tête mais les petites communes. (figure 7) Le centre de Paris connaît des densités plus faibles que les arrondissements alentours. Centralité du réseau métropolitain, centre historique et nombre de logements limités semblent expliquer cette répartition en faveur des arrondissements à un chiffre. On note néanmoins que les grands arrondissements périphériques, les plus peuplés, sont plutôt moins bien pourvus que les communes alentours.

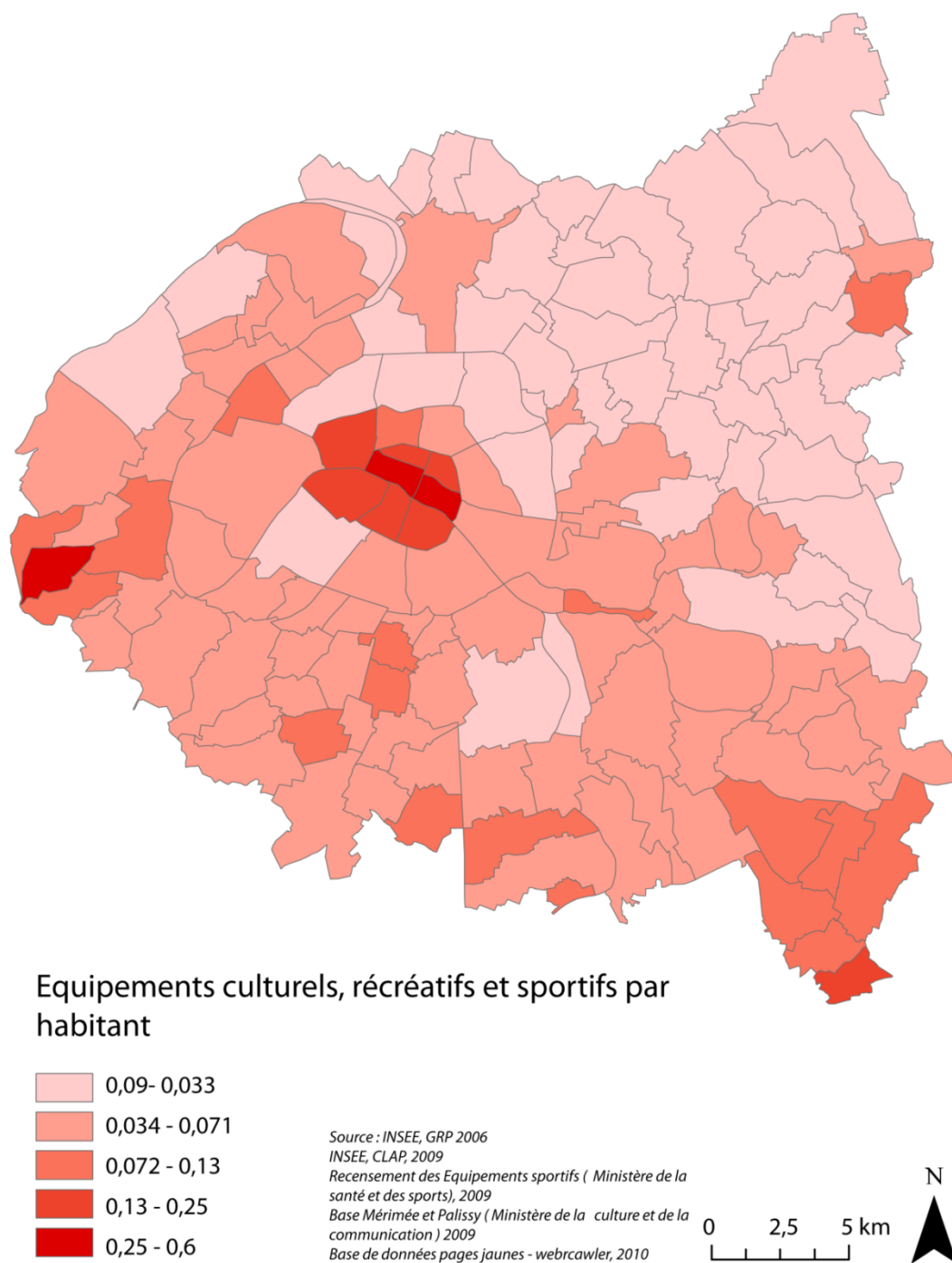


Figure 7. Equipements culturels, récréatifs et sportifs par habitant dans les communes de la métropole parisienne.

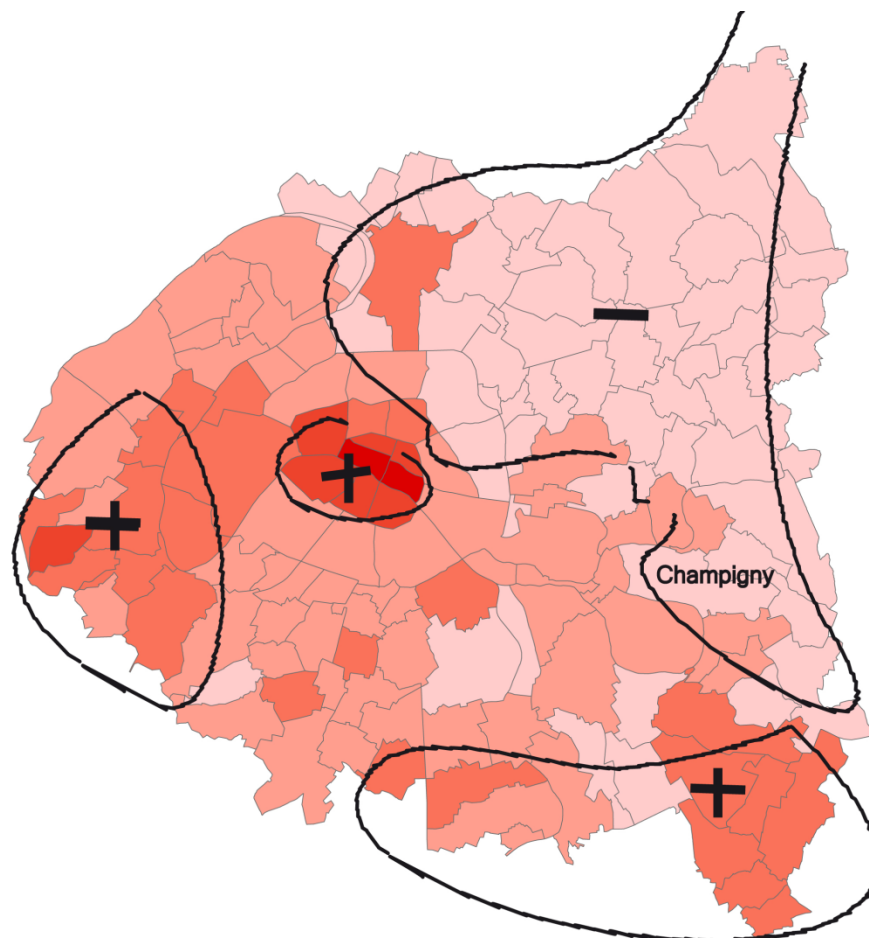


Figure 8. Les grandes aires dessinées par les différentiels de desserte culturelle, récréative et sportive dans le grand Paris

La répartition des activités culturelles et récréatives en 2010 semble rejoindre les conclusions de J.B Champion concernant la banlieue. « *On assiste à un fort suréquipement des communes du sud de l'Ile de France où résident catégories moyennes et supérieures du tertiaire (...) On y trouve des communes très aisées au sud et au sud ouest de Paris, particulièrement dans les Hauts de Seine* ¹³¹ ».

Les figures 19 et 20 montrent en effet que ces secteurs sont particulièrement bien desservis par des équipements cultures, récréatifs et sportifs de proximité. Dans cette étude, les auteurs définissent une classe de communes urbaines particulièrement sous équipée. Cette classe recense en 1997 des quartiers ouvriers, dont certains dits en difficultés, spécialement dans le nord de la banlieue parisienne. Les deux graphiques ci-dessous montrent combien la capitale est effectivement bien desservie en comparaison aux communes de Seine Saint Denis qui offrent un nombre restreint d'activités culturelles et récréatives à leurs habitants. (figure 21 et annexe 2). Aux vues de ces résultats nous ne pouvons que confirmer les observations des journalistes de *Mégalopolis* pour qui l'expérience de la banlieue est un « *voyage au bout de l'ennui* ». Si J.B Champion avait repéré que ces communes étaient sous équipées au regard de la culture institutionnelle, elles

¹³¹ CHAMPION J.B in PUMAIN D, ib. p.114

paraissent également perdants à la mesure de la vie culturelle locale. La Seine Saint Denis offre un nombre d'opportunités de distraction, d'expression et d'engagement au sein de structures culturelles, récréatives et sportives particulièrement faible en regard de sa population. La commune de Champigny sur Marne repérée comme une cité-dortoir sclérosante par les journalistes présente effectivement une offre culturelle parmi les plus basses du Grand Paris.

L'affirmation des journalistes doit cependant être tempérée : toutes les banlieues ne font pas jeu égal dans la mesure de la desserte culturelle. (Figure 20) Les communes du sud-est du Val de Marne forment une aire particulièrement bien desservie. Reste maintenant à déterminer si ces aménités sont fréquentées ou non. Mais au moins, elles existent.

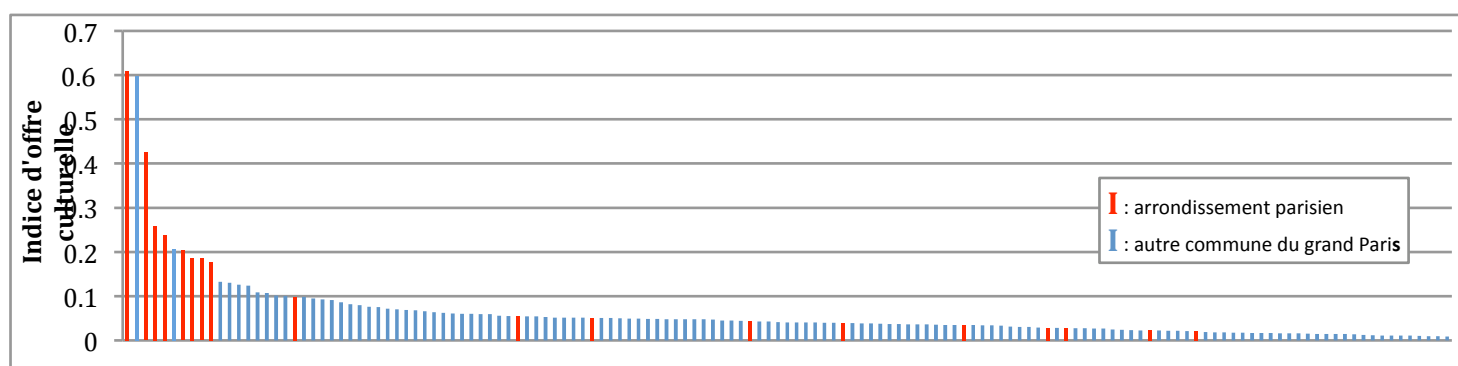


Figure 9. La place des arrondissements parisiens dans la métropole culturelle selon la desserte culturelle par habitant¹³². Voir figure complète en annexe.

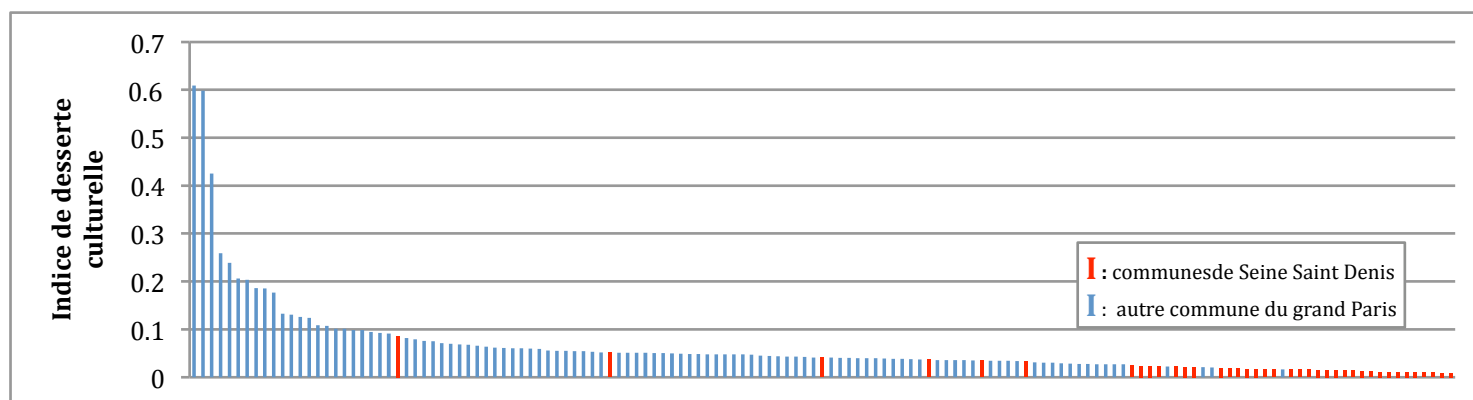


Figure 10. La place des communes de Seine Saint Denis dans la métropole culturelle selon la desserte culturelle par habitant. Voir figure complète en annexe.

L'étude d'analyse spatiale de 1995 note que Drancy, Montreuil, Saint Denis et Saint Ouen sont particulièrement sous équipées culturellement. Seize ans après cette étude, les communes de Saint Denis et Montreuil apparaissent comme les communes de Seine Saint Denis mieux desservies par une offre culturelle et récréative locale, derrière la petite commune de Coubron¹³³.

¹³² L'indice de desserte culturelle locale est ici le nombre d'équipements culturels, récréatifs et sportifs (tous types confondus) par habitant.

¹³³ La commune de Coubron, 4651 habitants, est la plus petite de Seine Saint Denis. L'effet taille joue en la

Les mutations économiques et sociales qu'ont connues Saint Denis¹³⁴ et Montreuil sous Bois au cours des années 2000 sont sans doute à l'origine de cette évolution. Territoire du sous équipement culturel en 1995, la Plaine Saint Denis a été choisie par l'ancien secrétaire d'Etat au Grand Paris, Christian Blanc, pour devenir le territoire privilégié de la création artistique et culturelle au sein de la métropole. Montreuil est par ailleurs aujourd'hui fréquemment décrite comme la ville des *créatifs* à l'est de Paris.¹³⁵ De territoire sous équipé en 1994 à cluster pour les industries culturelles dans l'avenir, l'ouest de la Seine Saint Denis serait en « *transition* » culturelle.

Cette cartographie à l'échelle communale de la desserte des infrastructures culturelles et de loisir montre combien l'offre culturelle est différenciée dans le grand Paris. Elle montre également de grandes aires transcendant les frontières administratives. Les logiques d'implantation de ces aménités semblent échapper au contrôle des collectivités territoriales.

Les communes les plus riches semblent mieux pourvues en équipements culturels. On observe une corrélation de 0,6 entre revenu annuel moyen par foyer fiscal et nombre d'équipements culturels et récréatifs par habitants¹³⁶. Est-ce le fruit de politiques en faveur de la ville créative ou une simple adaptation à la demande des foyers à hauts revenus ? Les résultats de l'enquête menée par F. Lucchini auprès des responsables culturels d'une centaine de grandes villes françaises montrent un impact plutôt modéré du politique sur le parc des équipements. Seuls 20% du dispositif culturel et récréatif seraient expliqués par les politiques municipales menées¹³⁷. Ces 20% feraient cependant la différence entre les communes. Yves Guermond précise que l'impact du politique sur la culture des villes va croissant, ce que tendraient à montrer les exemples de Montreuil et Saint Denis.

D- Cluster culturel et desserte culturelle

L'affirmation de Lucchini questionne l'aménageur. Et si les politiques culturelles n'étaient pas efficaces ? Après deux décennies de démocratisation culturelle, la politique de la ville a promu à partir des années 1980 le concept de démocratie culturelle. Des moyens culturels considérables ont ainsi été déployés pour renforcer la cohésion sociale et l'intégration culturelle. Face à des bilans mitigés, l'efficacité de cette politique a été remise en cause. Aujourd'hui la culture n'est plus vue comme un outil favorisant cohésion ou promotion sociale mais comme un levier pour le développement économique pour les territoires. On semble être passé de politiques

faveur de cette ville qui ne compte pourtant que 40 équipements culturels ou récréatifs.

¹³⁴ Commune clé de la communauté d'agglomération Plaine Commune et de l'Etablissement public d'aménagement Plaine de France

¹³⁵ VIVANT E, 2009, Qu'est ce que la ville créative ? PUF, Paris

¹³⁶ Source revenus : DGI, Revenus fiscaux localisés des ménages, 2007

¹³⁷ LUCCHINI F. 2002, La culture au service des villes, Collection villes Anthropos Economica

culturelles centrées sur les individus à une politique culturelle centrée sur les territoires. Et si cette progressive substitution faisait des territoires de la création également ceux de la meilleure desserte culturelle ?

En Ile-de-France, les industries créatives sont concentrées à Paris et dans la très proche banlieue. La tendance à l'agglomération en clusters géographiques explique la répartition de ces activités. (Voir document annexe 3 sur la répartition des industries culturelles en Ile de France).

« Le cœur du cluster des industries créatives franciliennes se situe dans Paris intra-muros le long de la Seine en continuité avec Issy-les-Moulineaux et Boulogne-Billancourt et dans les arrondissements centraux de la rive droite en continuité avec Levallois-Perret, Neuilly-sur-Seine et les communes de la Défense. »

Selon le rapport de l'IAU sur les industries créatives¹³⁸ en Ile de France en 2010, on retrouverait dans ces secteurs toutes les composantes nécessaires à la mise en place des industries créatives. Pour l'IAU, c'est la présence simultanée d'une main-d'œuvre spécialisée, des producteurs de contenu, des donneurs d'ordre, des organismes financiers mais aussi des consommateurs qui crée « *les synergies et l'identité du cluster créatif* ». C'est cette présence même de consommateurs culturels dans les territoires de la création industrielle que nous questionnons ici.

Si tous les départements franciliens ont connu des hausses d'effectifs d'entreprises créatives sur la période 1994-2007, le poids relatif de chaque département a évolué au sein de l'Ile-de-France. Paris reste le leader incontesté mais a connu une croissance "molle", au profit des Hauts-de-Seine qui ont largement bénéficié de la redistribution des activités créatives, notamment dans les communes limitrophes de Paris, à Issy-les-Moulineaux et Boulogne- Billancourt, Levallois-Perret. En termes de desserte culturelle locale, les villes d'Issy-les-Moulineaux ou Courbevoie, villes dites créatives ne se distinguent pas des autres communes des Hauts de Seine.

La Seine-Saint-Denis a connu un net essor des industries créatives puisqu'elle a vu doubler ses effectifs sur cette période. Cela a induit l'émergence d'un pôle d'industries créatives dans le Nord-est parisien. C'est cette dernière dynamique que l'Etat entend soutenir durant les prochaines décennies en Seine Saint Denis. On remarque que Saint Denis présente une offre culturelle plus variée que les communes alentour, or c'est dans cette commune que se concentrent les clusters cultures au nord de Paris. Cette dynamique ne semble cependant pas avoir créé d'émulation à proximité ; bien que le Val-de-Marne soit resté en retrait de ces dynamiques, on y observe une desserte culturelle par habitant largement supérieure à la desserte culturelle en Seine Saint Denis. Il n'existe donc *a priori* pas de synergies entre industrie de la création et opportunités culturelles locales pour les habitants.

¹³⁸ IAU, mars 2010 Les industries créatives en Ile de France, un nouveau regard sur la métropole

Tandis que les différentes définitions des industries créatives font de l'ancrage local une condition *sine qua non* de leur existence¹³⁹, la nature de différentes industries dites créatives présentes dans la métropole parisienne (design, publicité, architecture) ne semble pas encline à stimuler particulièrement l'offre culturelle locale.

On peut regretter que les clusters créatifs et les industries culturelles monopolisent les réflexions sur la place de culture dans la métropole. Le développement local induit par leur présence n'est jamais mesuré qu'en termes économiques. La présence d'entreprises créatives semble relativement déconnectée de la vie culturelle locale. Le fait qu'une part croissante des travaux de recherche sur l'aménagement culturel soit l'œuvre d'économistes axe les enjeux liant urbanisme et culture vers une dimension bien plus productiviste que participative et sociale.

3 – Croiser les approches pour mieux servir l'aménagement

L'analyse de la desserte culturelle ne constitue pas un guide suffisant pour lire l'activité culturelle du grand Paris. Il semble nécessaire d'introduire d'autres variables plus qualitatives et de croiser les échelons pour comprendre la géographie des activités culturelles et récréatives des usagers du grand Paris. Nous verrons enfin que pour être utiles à l'aménagement, les méthodes d'analyse géographique examinées doivent être complétées par une mesure d'accessibilité aux aménités culturelles.

A-Tentative de typologie des communes selon leur potentiel culturel

Une mesure de la diversité nous paraît essentielle pour déterminer la qualité de services offerte à la population au-delà du seul nombre d'équipements dans les communes du grand Paris. A partir de la figure 22 qui présente des données relatives à la quantité et à la qualité de l'offre par commune, nous sommes en capacité de créer une typologie des communes selon leur potentiel culturel. L'analyse des tableaux présentant l'importance de chaque aménité ou famille d'aménité (sport, patrimoine...) par commune nous permet de dégager des dominantes qui viennent enrichir la mesures de la desserte culturelle précédemment obtenue. La typologie obtenue en figure 23 devrait certainement être affinée, notamment en croisant avec des indicateurs d'accessibilité. Elle présente cependant des informations inédites sur la géographie culturelle du grand Paris. On peut ainsi imaginer que ce type de document, produit avec les moyens d'un laboratoire de recherche ou d'un cabinet d'urbanisme puisse présenter un intérêt pour l'aménagement du grand Paris.

¹³⁹ POWER D., SCOTT A.J., 2004 *Cultural Industries and the Production of Culture*, Routledge
BIRCH S., 2008 *The political promotion of the Experience Economy and Creative Industries – Cases from UK, New Zealand, Singapore, Norway, Sweden and Denmark*, Imagine..and Samfundslitteratur

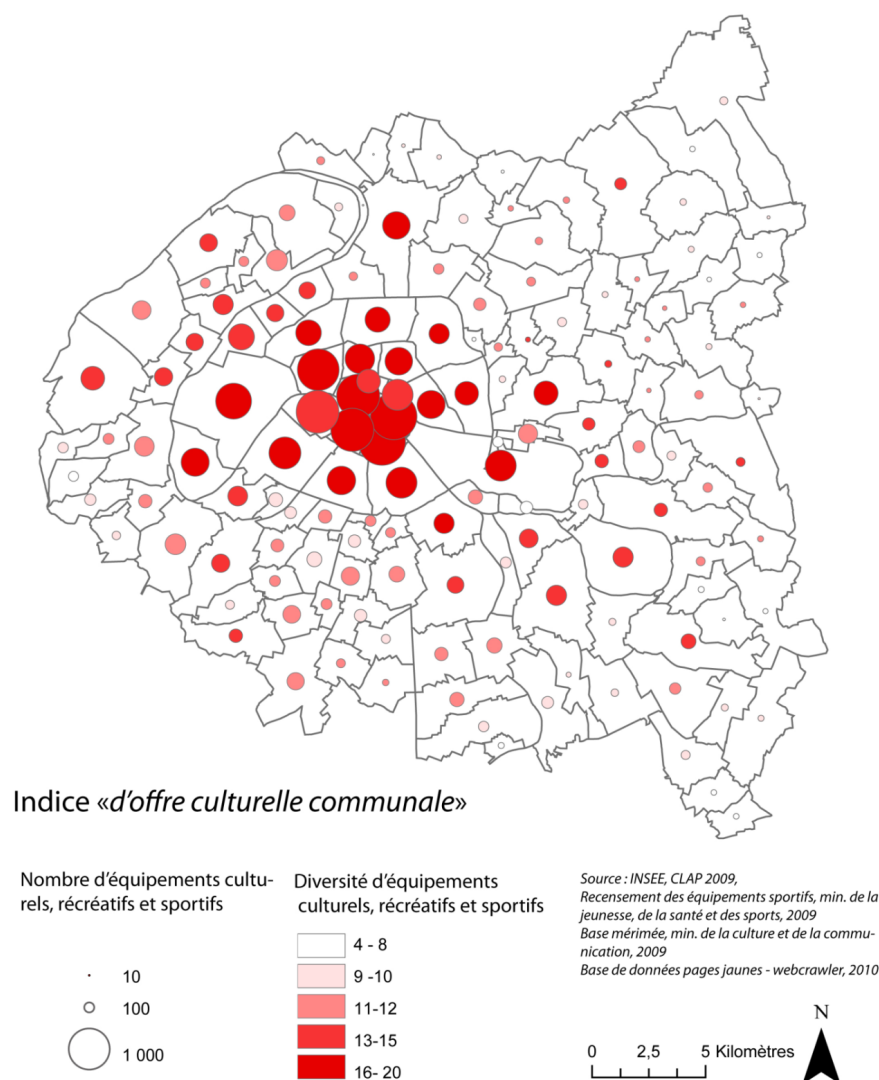
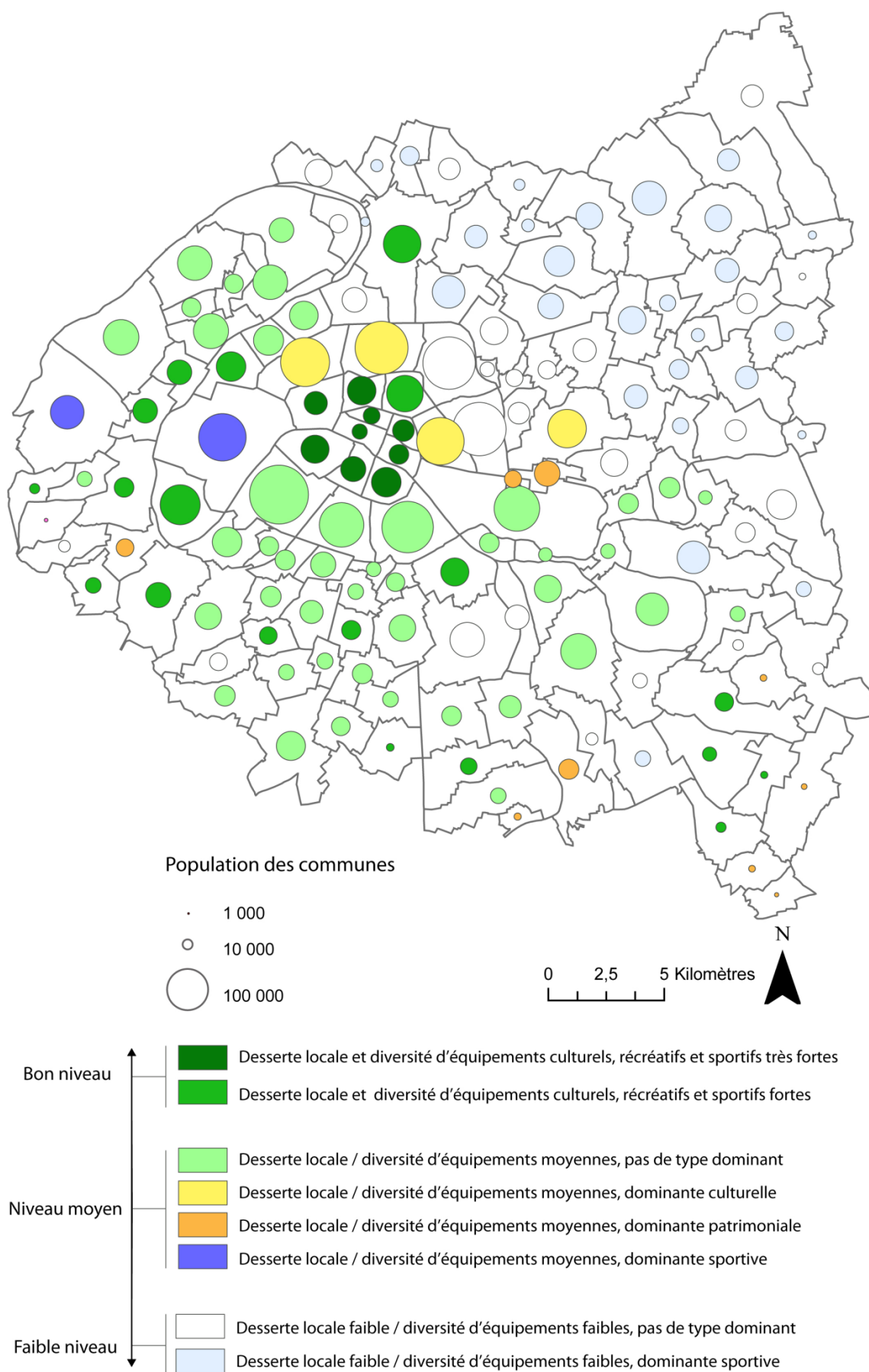


Figure 11. Diversité et nombre d'équipements culturels, récréatifs et sportif pour les 143 communes du Grand Paris



4- *Potentiel culturel et mobilités*

Le diamètre de l'aire choisie est relativement faible et l'on peut considérer que l'intégralité des équipements est accessible depuis chacun des points de la métropole. Les trajets les plus difficiles sont les trajets de banlieue à banlieue mais les différents projets de transport pour la métropole tendent tous à résorber ce constat (tramways, Arc Express, grand huit...). Néanmoins, pour tenter d'approcher au plus près le « potentiel » culturel offert aux habitants de la métropole parisienne, il semble nécessaire de mesurer l'accessibilité communale. Un quartier ou une commune mal reliés ne proposeront pas une offre culturelle identique à un secteur au cœur du réseau de transports et donc du bain culturel parisien. La cartographie du potentiel culturel urbain réalisée dans la section précédente ne devrait-elle renforcer le score d'un 1^{er} arrondissement pour qui l'accessibilité à l'intégralité de l'offre culturelle métropolitaine est excellente ?

L'élaboration d'un indice d'accessibilité communale est plus que problématique. Les réseaux s'affranchissent - bien plus que les équipements culturels- des frontières administratives : les différents points d'une même commune peuvent avoir des potentiels d'accès aux infrastructures de transport considérablement variés. L'offre et la diversité des transports devrait être intégrée mais la variable temps est à prendre également en compte : si tous les chemins mènent à Paris, on ne met pas le même temps pour y aller. Enfin, l'accessibilité ne dépend pas que de la présence ou de l'absence de réseaux, mais aussi de la position de la commune dans le réseau et de la position des ressources à atteindre. Elaborer un indice d'accessibilité intégrant tous ces paramètres pour toutes les communes du grand Paris est une tâche trop complexe. On ne pourra décemment prendre en compte l'accessibilité en aménagement culturel autrement que par le bon sens.

Le potentiel culturel des communes dépendrait donc de la géographie des aménités culturelles, de leur diversité, mais également du potentiel de mobilité des habitants. L'accès à la culture et les questions de mobilités sont dépendantes des caractéristiques sociales et cognitives des populations. Ainsi, l'offre culturelle d'une commune peut être excellente sans que cela ne reflète en rien les pratiques de ces habitants, socialement peu enclins à fréquenter les équipements culturels ou étant incapables d'établir des projets de déplacements pour accéder à l'offre culturelle extérieure. L'aveu des auteurs selon lesquels « *la géographie culturelle en est encore à ses débuts* »¹⁴⁰ en 1997, montre combien les modalités de diffusion de celle-ci restent encore à trouver.

¹⁴⁰ Département des études et de la prospective du ministère de la culture et de la communication, 1998, Atlas des activités culturelles, la documentation française.

Selon Yves Guermond, d'autres outils d'analyse spatiale devraient pouvoir être mobilisés sur cette question culturelle. Il souligne l'utilité de l'analyse spatiale lorsque l'on est, comme avec la culture, confronté à une quasi absence de d'information, et donc face à une grande difficulté de formalisation des connaissances. Ce constat est particulièrement vrai pour le secteur des pratiques culturelles individuelles, étudiées presque uniquement à l'échelle nationale¹⁴¹.

¹⁴¹ GUERMOND Y, 2005 Modélisations en géographie, déterminismes et complexités, hermès sciences éditions

Film Documentaire : PARIS UNDERGROUND: exploring urban scenes

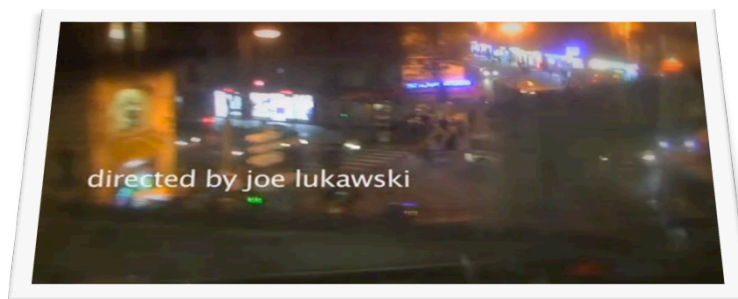
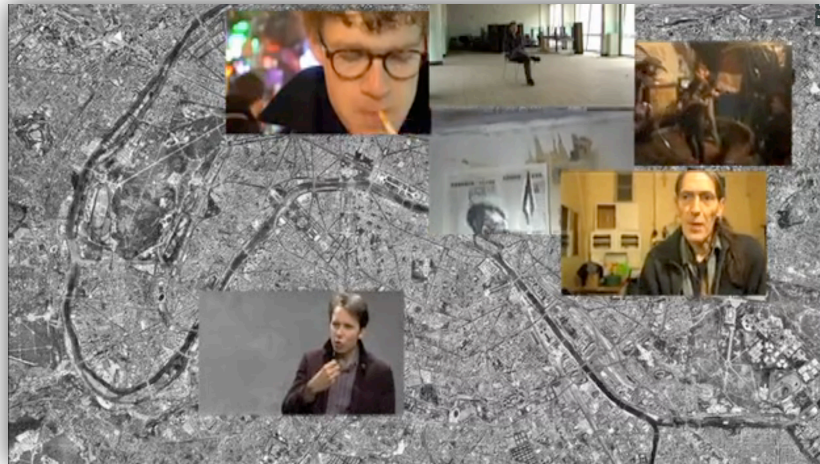
Directed and Written by: Joe Lukawski
 Executive Producer: Stephen W. Sawyer
 Asst. Producer: Jay Wineroth



Au croisement de la sociologie urbaine et le cinéma, un documentaire de 26 minutes sur le underground, Nous ne voulons pas dire littéralement « le souterrain » (ou pas seulement en tout cas) mais plutôt les espaces éphémères d'expression et de transgression dans nos villes qui stimulent notre imaginaire, pour certains, et offre du repos, pour d'autres. Professeur Stephen Sawyer de l'Université Américaine de Paris mène la discussion théorique au cours de l'exploration de ces lieux.

À regarder sur le net :

<http://joelukawski.wordpress.com/2010/12/17/paris-underground-exploring-urban-scenes/>

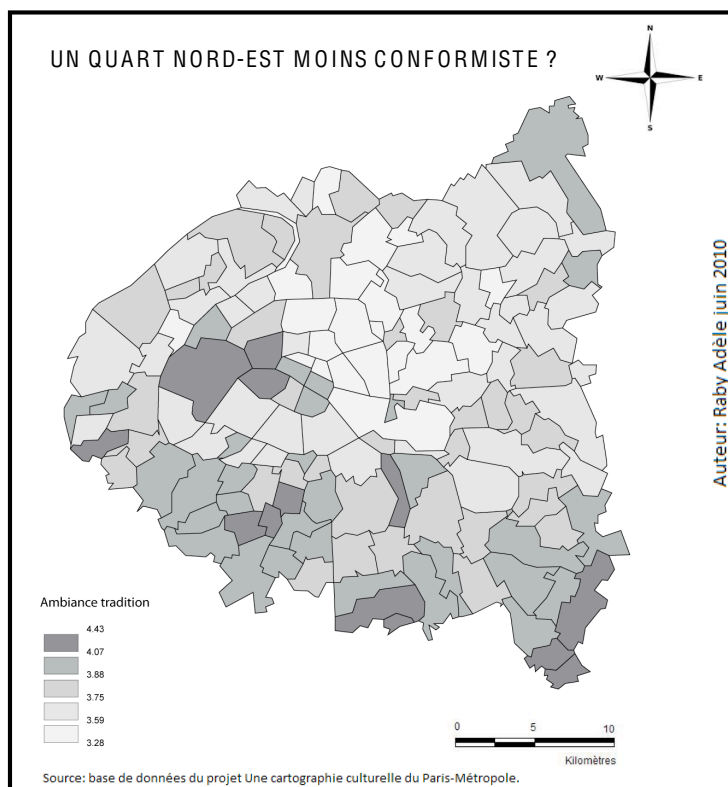


1. Dimension légitimité

1.1 Sous-dimension tradition

Dans le Paris métropole, l'ambiance tradition est visible dans toutes les communes dans la mesure où l'échelle du poids des équipements dans la dimension tradition varie entre 3,28 et 4,43. On peut tout de même distinguer trois regroupements de communes où l'ambiance tradition est beaucoup plus représentée, le sud du département des Hauts de Seine, le sud du Val de Marne et enfin l'ouest de Paris, et dans ces îlots, deux types de classification. En effet, dans les arrondissements parisiens l'ambiance tradition est définie par l'importance du nombre d'équipements en relation avec le patrimoine (musées, galeries d'arts, gestion du patrimoine culturel...), tandis que l'ambiance tradition des communes du Val de Marne et des Hauts de Seine repose sur des commerces de proximité tels que les boulangeries, les charcuteries et les boucheries. La dimension traditionnelle peut donc être subdivisée en deux sous-catégories, celle de la tradition du patrimoine architectural et artistique et celle de la tradition culinaire.

A côté de ces zones où l'ambiance tradition est marquée par la forte présence d'un type d'équipements particuliers, les arrondissements du nord-est parisien ainsi que les communes de la Seine Saint Denis forment une vaste zone sans particularismes traditionnels.



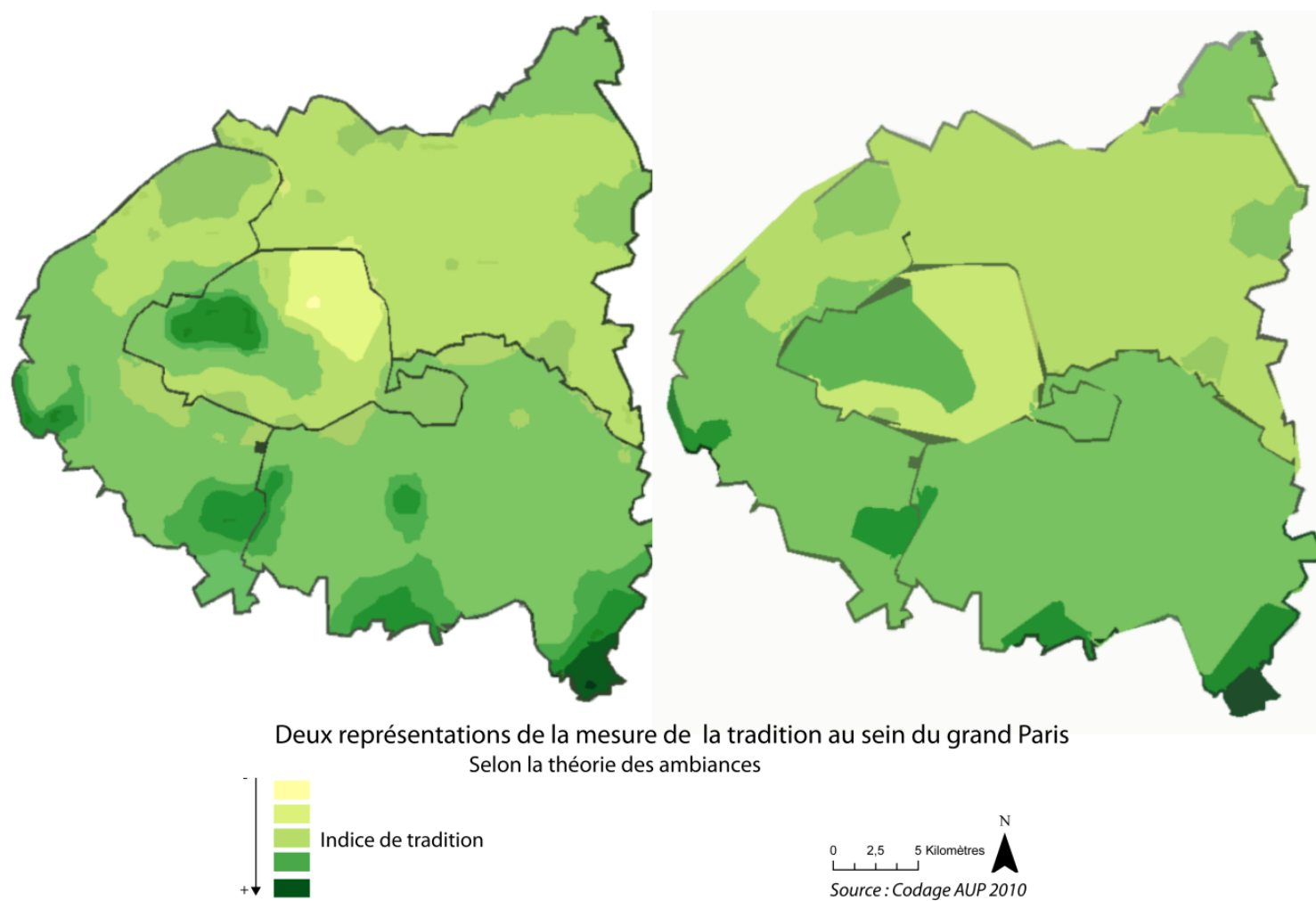


Figure 1. Deux représentations discrétisées de la répartition de la valeur tradition dans le grand Paris selon la théorie des ambiances. [produit par Mathias ROUET]

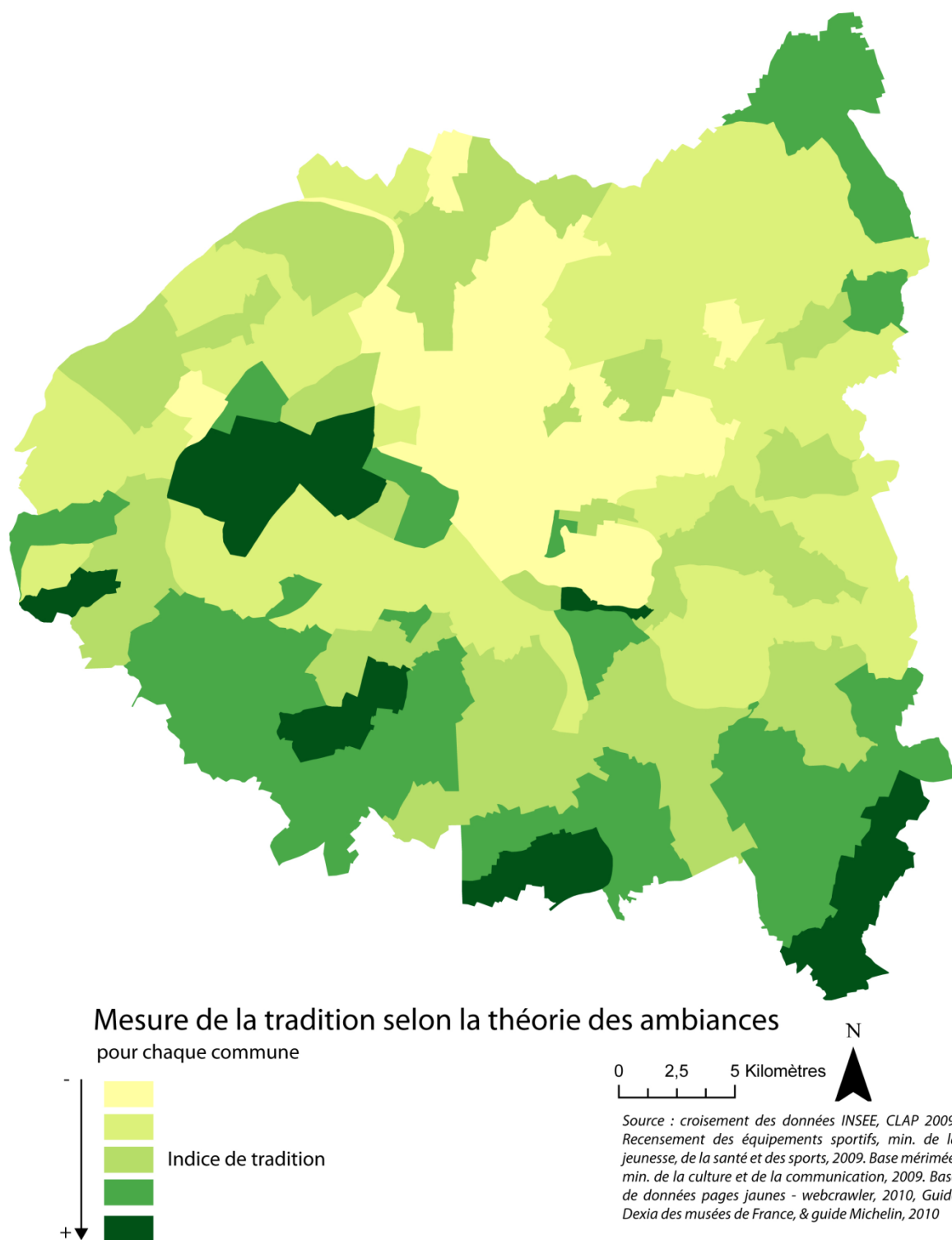
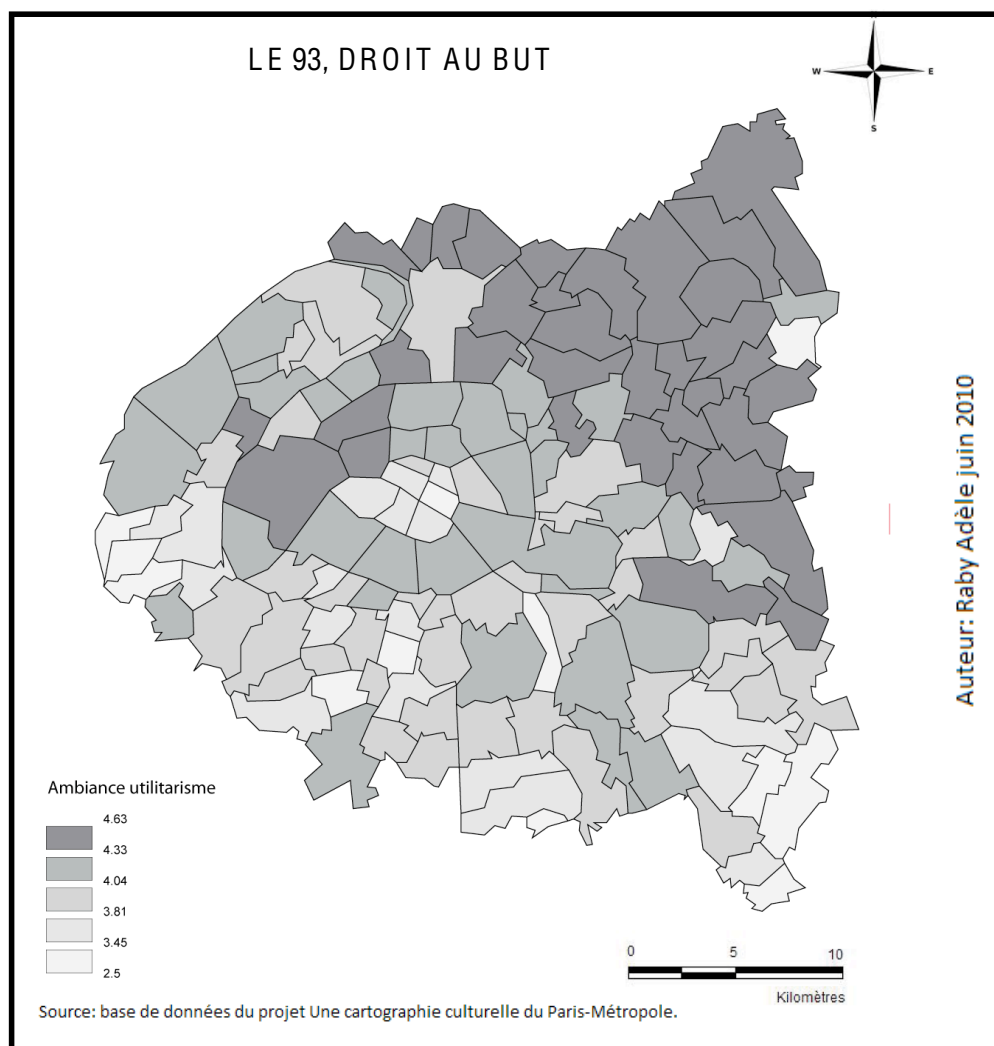


Figure 3. Mesure de la tradition à l'échelon du grand Paris selon la théorie des ambiances non discrétisée [produit par Mathias ROUET]

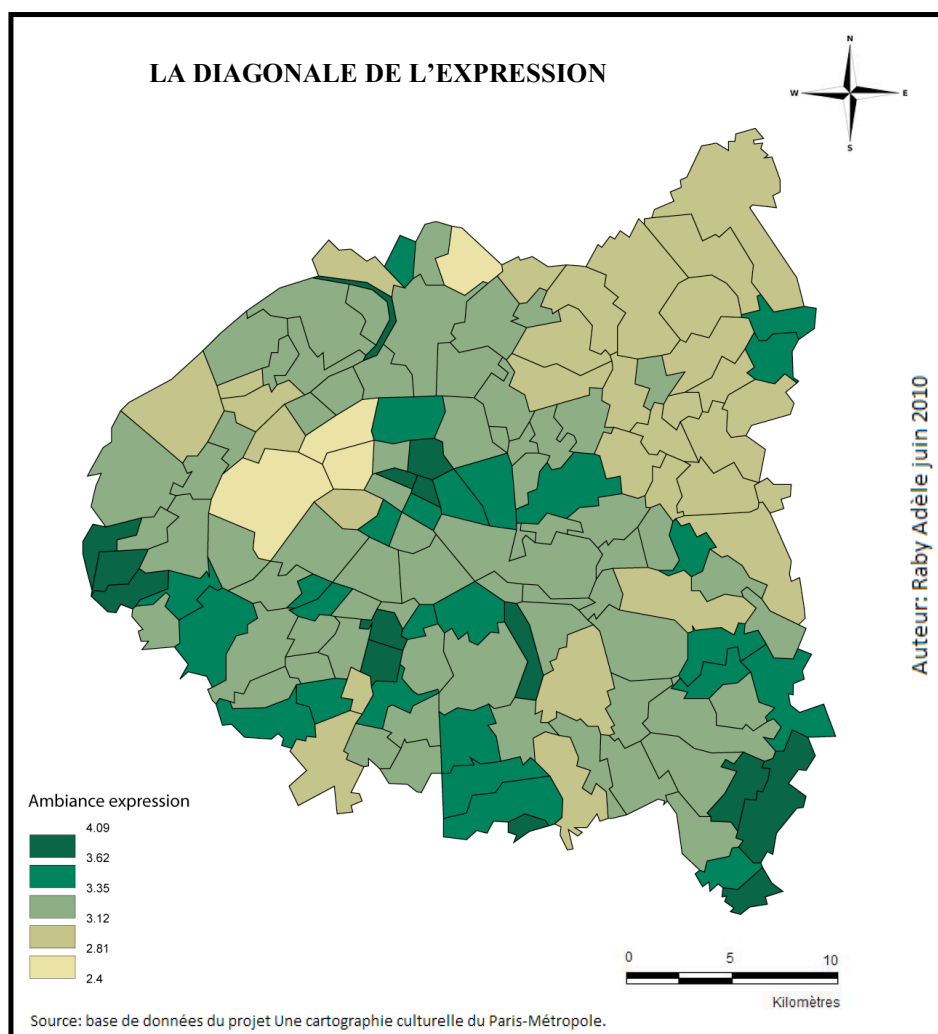
1.2. Sous-dimension utilitarisme

Le caractère utilitariste d'un équipement se décline par sa fonctionnalité et sa simplicité. Les restaurants rapides offrant la possibilité d'effectuer toutes ses commandes au volant de sa voiture sont par exemple des équipements significatifs pour l'ambiance utilitarisme. Dans le Paris métropole, l'ambiance utilitarisme oppose majoritairement les communes de la Seine Saint Denis et du nord-est de Paris à toutes les autres communes du Paris Métropole. Cette distinction se justifie de deux façons différentes. Dans un premier temps, pour les arrondissements parisiens, la quantité largement supérieure aux autres communes de services à la personne (activités médicales et juridiques, les banques...) caractérise l'ambiance utilitarisme. Deuxièmement, dans les communes de la Seine Saint Denis, l'offre en équipement est non seulement peu abondante mais aussi définie par des équipements suivant exactement la définition de l'utilitarisme, c'est-à-dire l'efficacité, la rapidité et l'utilité (les fastfoods, les supermarchés, les commerces de détails...) Le calcul du codage étant effectué en fonction du nombre total d'équipements dans chaque commune, le résultat n'en est que plus significatif pour la Seine Saint Denis.



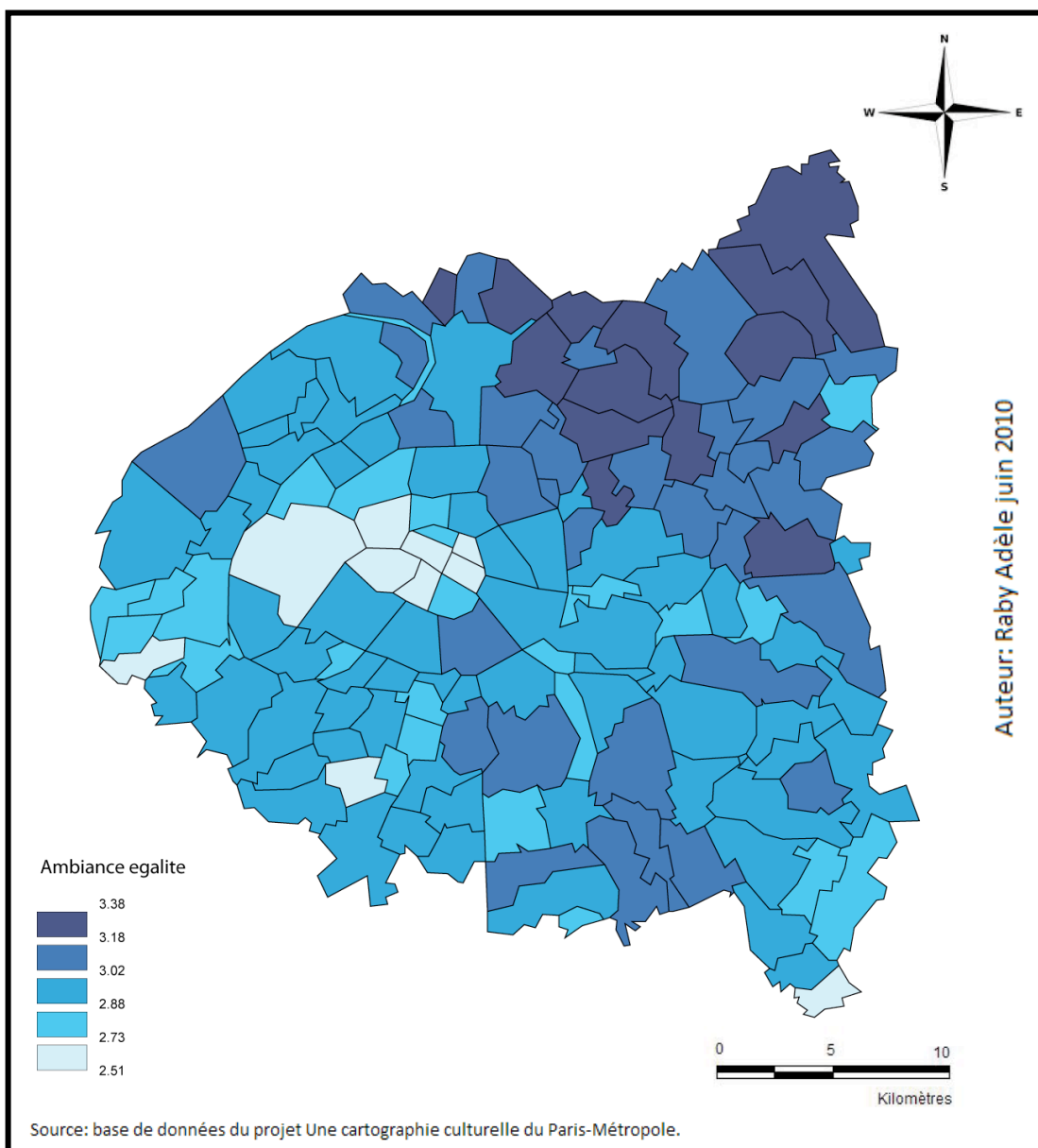
1.3. Sous-dimension expressionnisme

Les équipements expressionnistes sont des infrastructures qui proposent aux participants un choix dans leur consommation. On parle donc d'un pouvoir de manifester sa pensée. Par exemple, les restaurants Subway, en proposant aux consommateurs de composer eux-mêmes leurs sandwiches, incitent l'utilisateur à user de créativité et d'expression de leurs goûts. Dans le Paris Métropole, l'ambiance expressionnisme se localise selon un axe nord-ouest/sud-est excluant majoritairement les communes de la Seine Saint Denis et le nord-ouest de Paris. La forte présence de cette ambiance dans les arrondissements parisiens centraux est due à l'importance des équipements liés au textile, à la fabrication sur mesure de vêtements, au commerce de détail de vêtements... Ces arrondissements sont d'ailleurs recensés auprès des guides touristiques comme représentatifs du « Paris vitrine »²⁵. Les autres arrondissements parisiens et les communes limitrophes de banlieue revêtent un caractère plus artistique dans le type d'équipements qu'ils proposent. En effet, c'est dans ces communes et, en particulier, à l'est de Paris que sont installés la majorité des studios photo, des ateliers d'artistes... En revanche, pour les communes plus éloignées et situées aux frontières du Paris Métropole, l'ambiance expression est définie par une offre qui n'est pas liée à la manifestation de la création individuelle, mais à des équipements comme les salons de coiffures, les supermarchés, les commerces de détail...

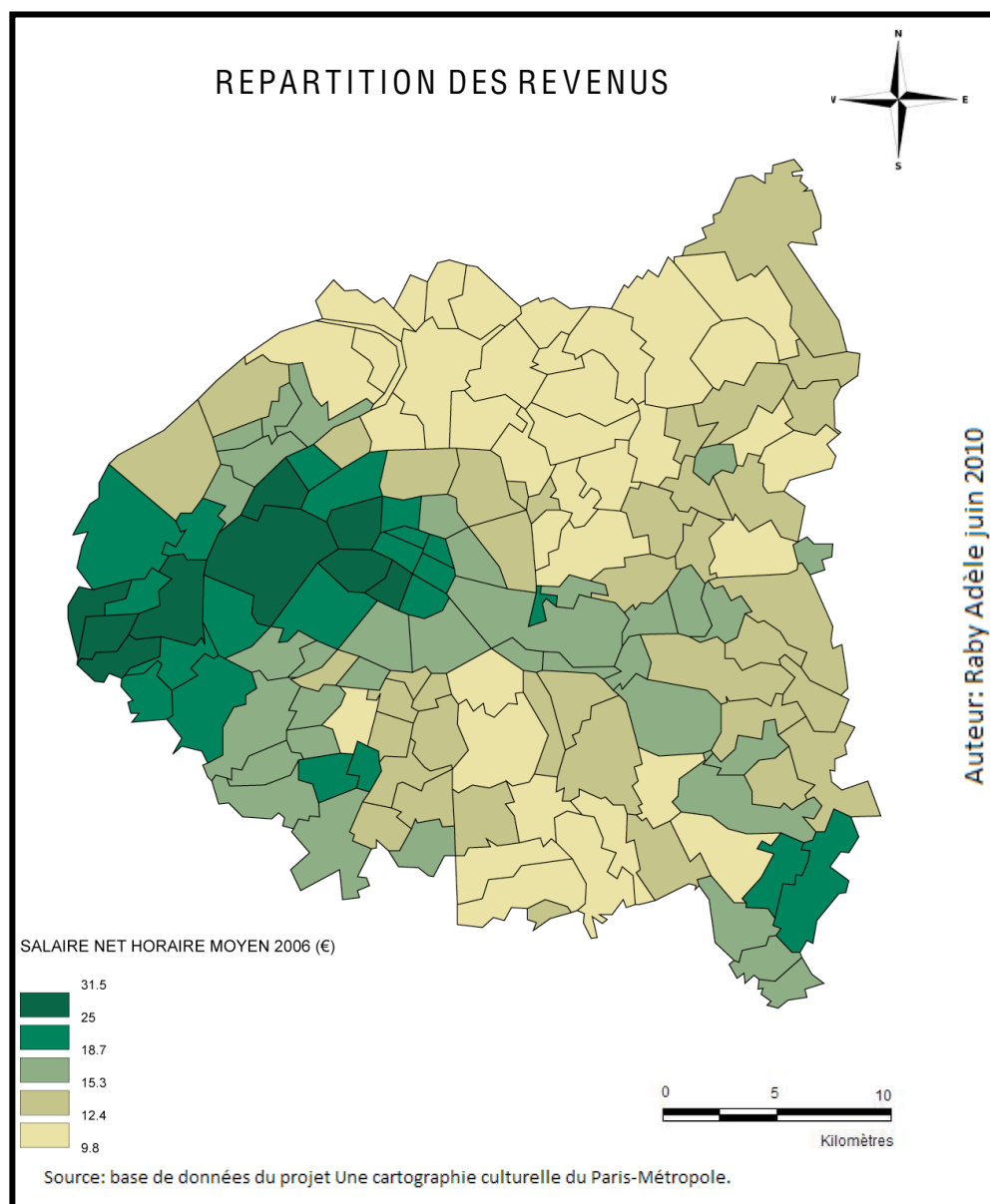


1.4. Sous-dimension égalitarisme

L'échelle de variation du poids de l'ambiance égalitarisme n'est pas très étendue et stagne aux alentours de 3, qui est un indice de neutralité. Parmi toutes les communes du Paris Métropole, deux zones ressortent : les communes du nord-est de la Seine Saint Denis marquées par leur caractère égalitaire, d'une part et, les arrondissements centraux et à l'ouest de Paris très peu représentatifs de cette ambiance d'autre part. La répartition des équipements plus ou moins pesant pour l'ambiance égalitarisme est fonction de la population des communes. En effet, en comparant la carte des salaires net horaires moyen en 2006 (carte 11) et la carte de localisation de l'ambiance égalitarisme (carte 10), on peut remarquer que là où se situent les populations les plus démunies sont présents les équipements les plus égalitaires et inversement.



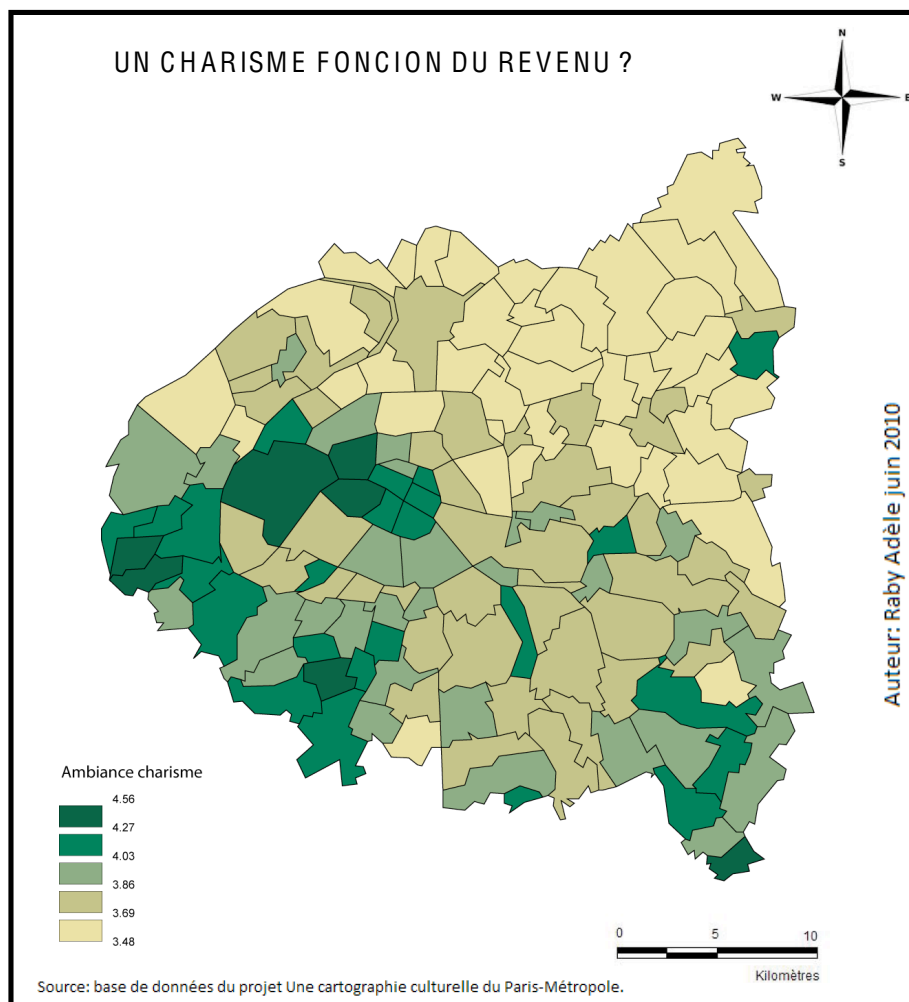
Carte 10 : Sous-dimension égalitarisme



Carte 11 : Répartition de la population en fonction des revenus

1.5 Sous-dimension charisme

L'ambiance charisme se définit par la possibilité de côtoyer physiquement ou mentalement un personnage célèbre. Dans cette ambiance, les individus considèrent les infrastructures comme valables dans la mesure où les consommateurs peuvent mener un culte de la personnalité. Les zones pourvues de l'ambiance charisme recoupent quasiment celles qui sont marquées par l'ambiance égalitarisme, puisque ces dimensions sont complémentaires, comme on peut le remarquer d'après le descriptif de chacune. Un équipement offrant l'opportunité de côtoyer une personnalité (chef cuisinier, artiste, DJ...) aura forcément un coût plus élevé qu'un équipement « banal ». Son accès sera alors plus sélectif et donc moins égalitaire. En conséquence, les communes révélant une ambiance charisme sont, d'après la carte de répartition des revenus, les communes les plus riches.

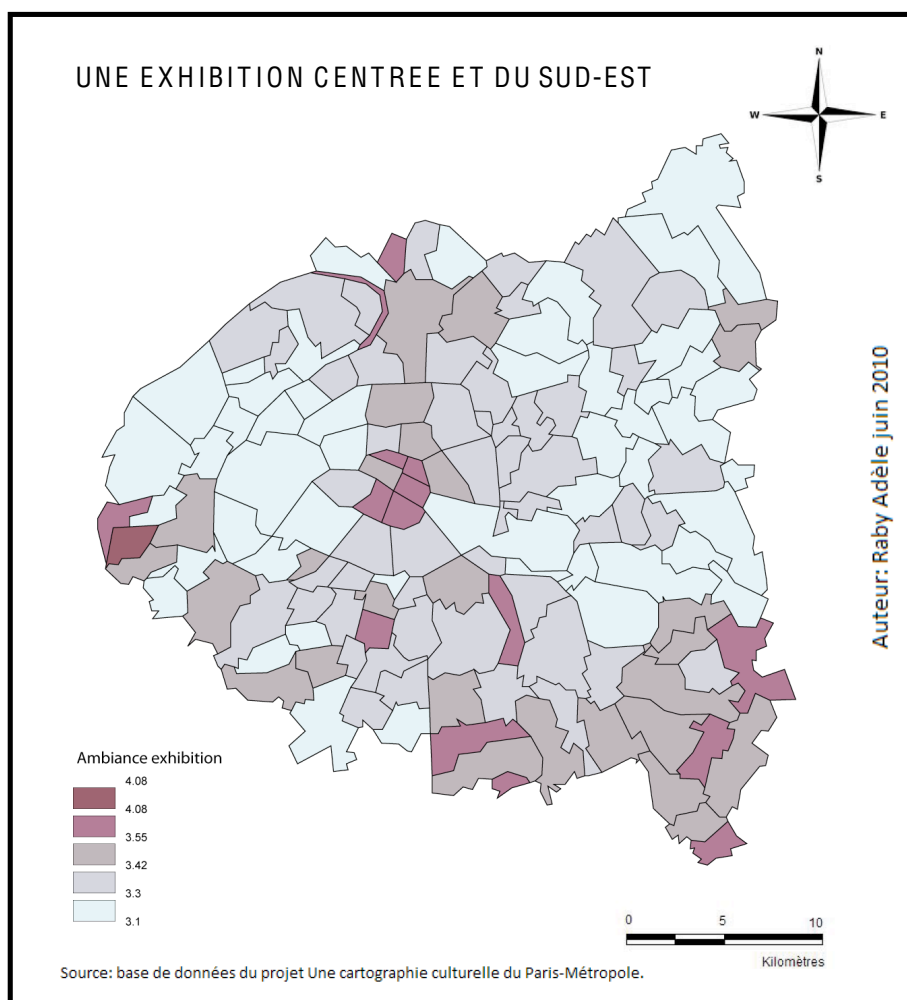


Carte 12 : Sous-dimension charisme

2. Dimension théâtralité

2.1. Sous-dimension exhibitionnisme

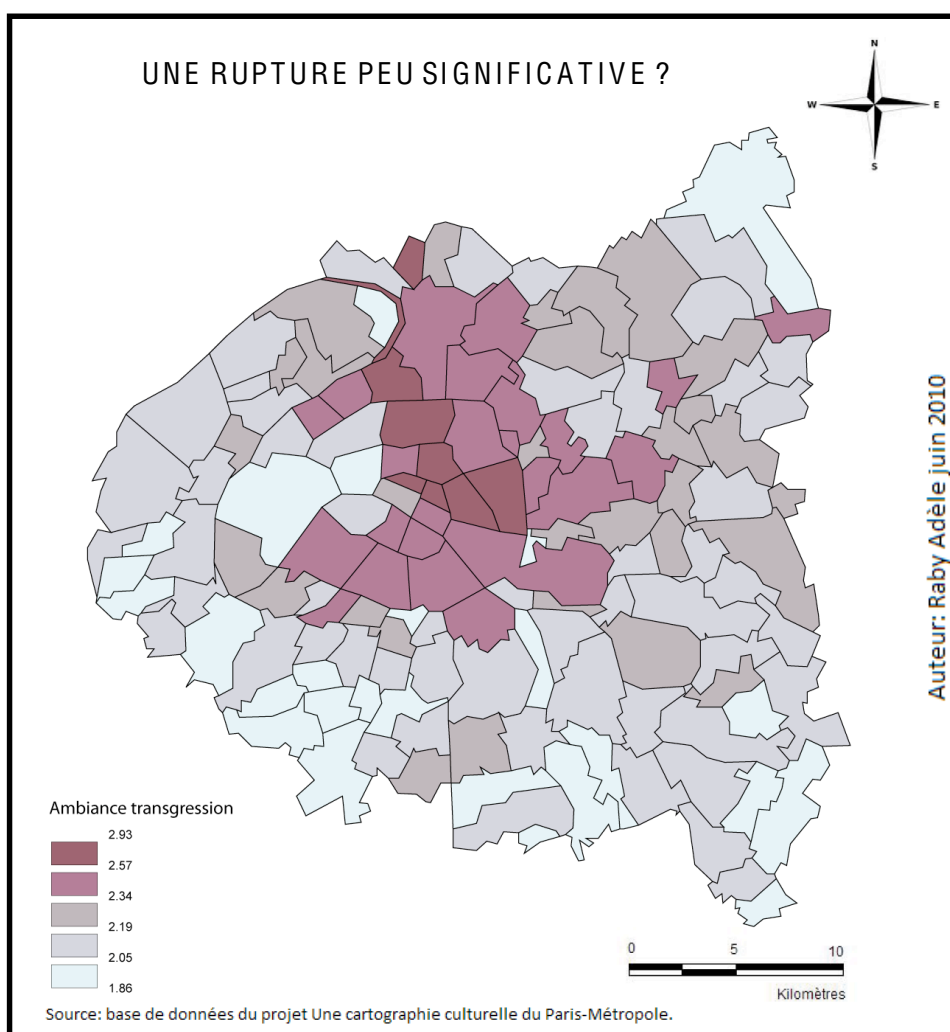
L'exhibitionnisme défini ici comme l'expérience des représentations mutuelles se caractérise comme l'envie de se montrer, la curiosité de voir l'autre, et de se comparer à lui. L'ambiance exhibitionnisme est donc créée par des regroupements de magasins vestimentaires, de lieux de représentation (salle de spectacle, discothèque, salle de fitness...) ou encore de tous les équipements se rapportant à l'apparence physique des individus. Dans le cœur de Paris, se distinguent les arrondissements centraux, définis comme le « Paris vitrine ». L'ambiance exhibitionnisme y est très bien implantée sous forme, par exemple, de commerces d'habillement, de bijouteries, allant du commerce de détail aux grandes chaînes. Dans le sud du Val de Marne, on peut aussi trouver cette ambiance dans un îlot de communes. Cependant, la nature des équipements y est différente. En effet, le commerce de détail dans ces communes est quasiment nul. La consommation s'effectue en majorité dans des zones industrielles ou des centres commerciaux offrant toutes une multiplicité de services (hypermarchés, magasins vestimentaires, coiffeurs, salon de beauté...) réunis dans un même lieu.



Carte 13 : Sous-dimension exhibitionnisme

2.2. Sous-dimension transgression

La caractéristique transgressive d'un équipement se définit par la rupture des codes. Un individu par l'intermédiaire d'un équipement transgressif peut affirmer son extraversion. Le codage des équipements montre qu'aucune commune n'est représentative de l'ambiance transgression. En effet, l'échelle de codification est comprise entre 1,86 et 2,93. A l'échelle communale, les équipements ayant un poids de 4 ou 5 ne sont pas assez nombreux pour pouvoir faire ressortir ce caractère anticonformiste. Une codification plus précise aurait été plus appropriée dans la mesure où les équipements rompant les normes de la société ont tendance à se regrouper spatialement à l'échelle d'une ou plusieurs rues (rue de la Roquette dans le 11ème arrondissement, rue Saint-Denis dans le 1er et le 2ème arrondissement...)



Carte 14 : Sous-dimension transgression

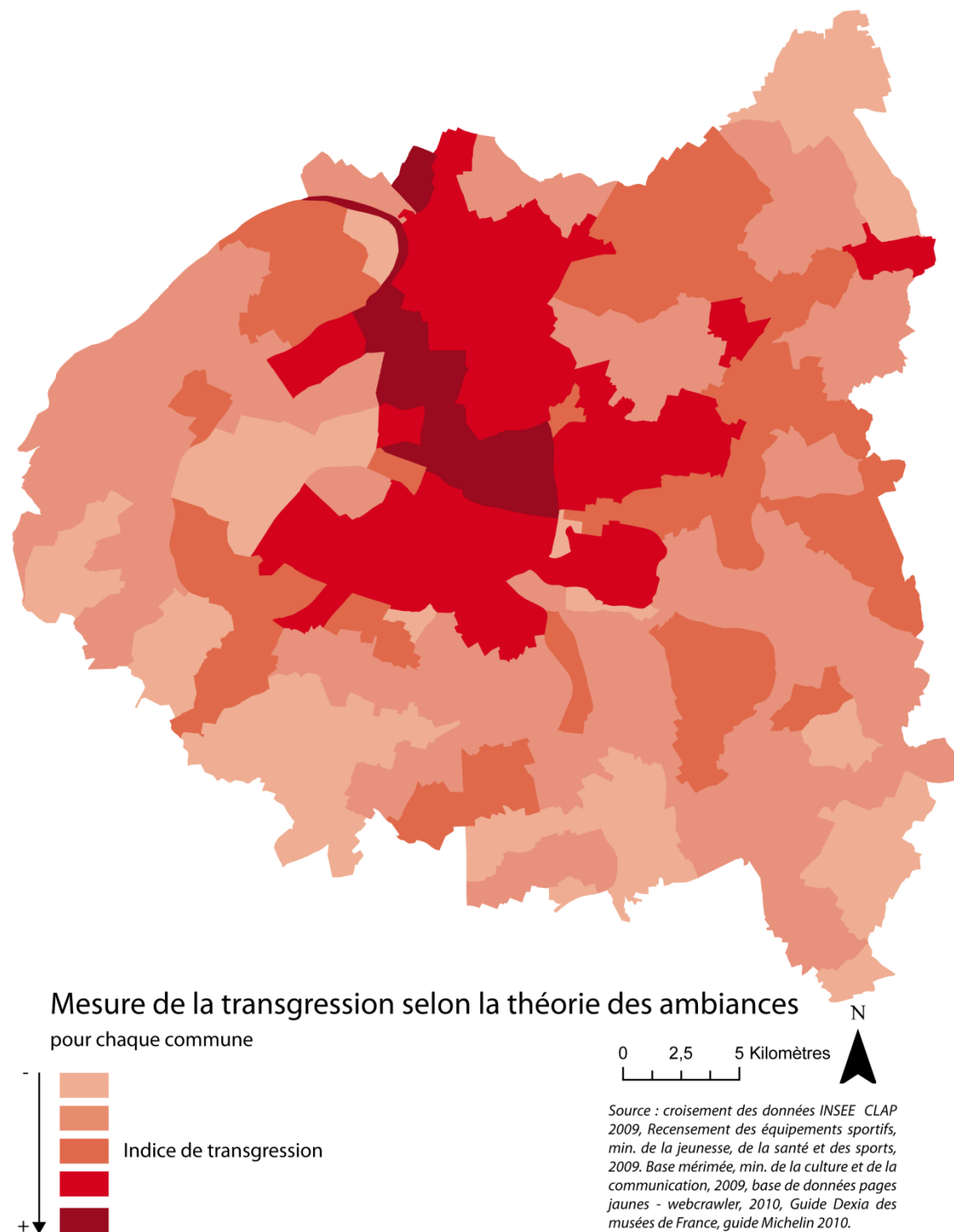
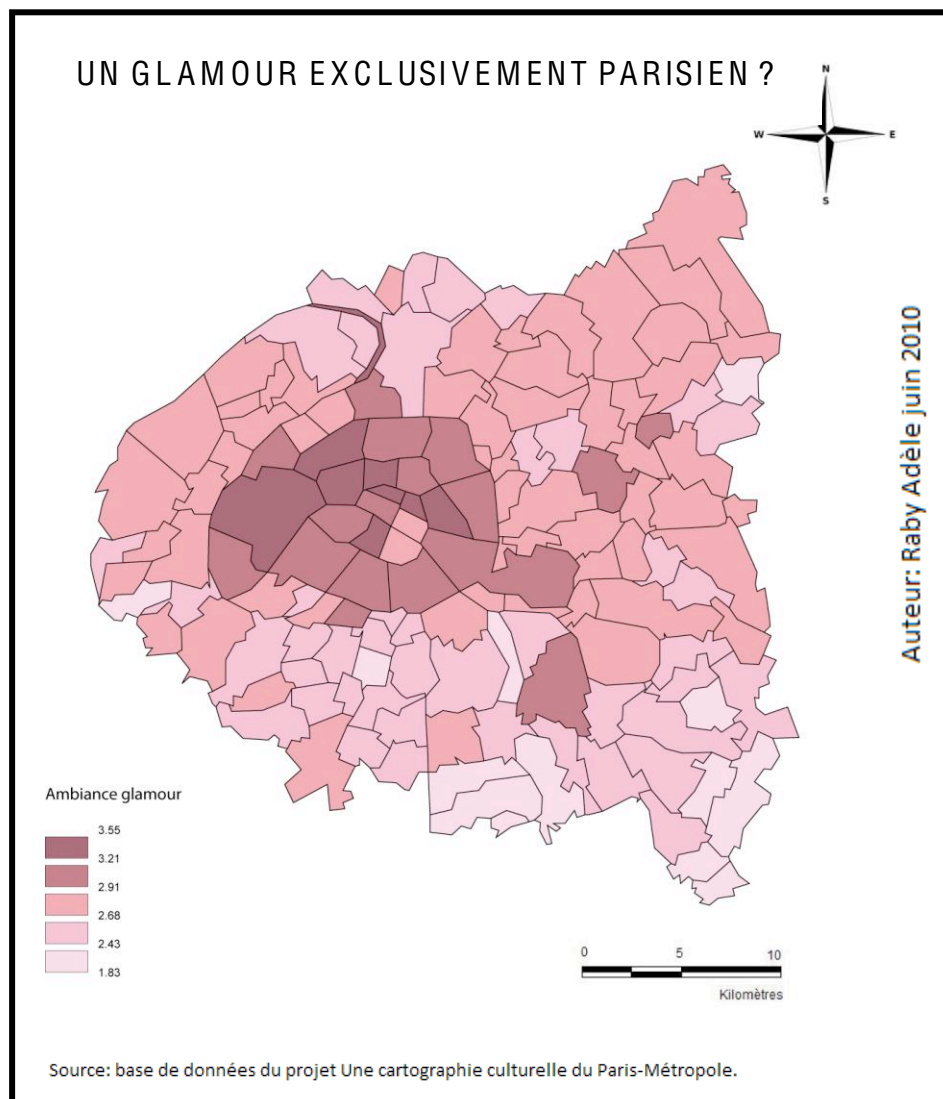


Figure 4. Mesure de la transgression à l'échelon du grand Paris selon la théorie des ambiances [produit par Mathias ROUET]

2.3. Sous-dimension glamour

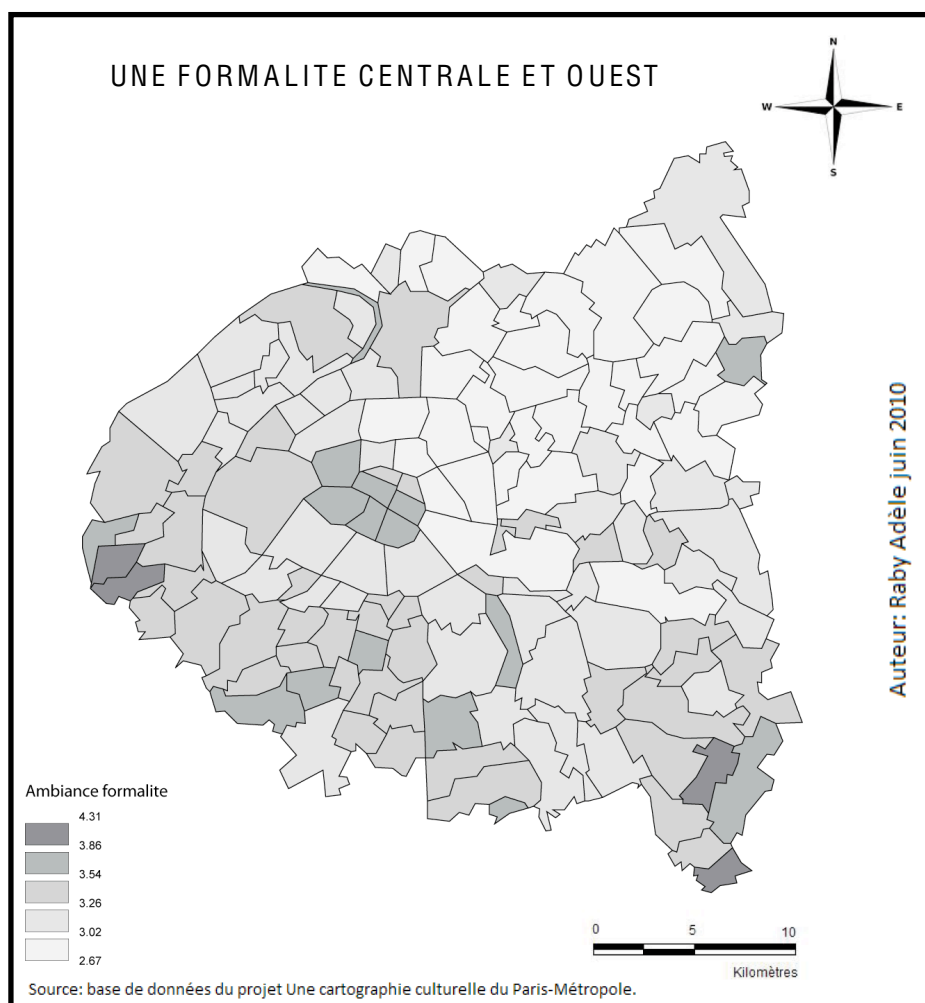
La définition de la dimension glamour peut dans sa description être plus assimilée à une ambiance tendance. En effet, les infrastructures caractéristiques de cette dimension vont permettre à l'individu d'être toujours à l'affût des dernières tendances de la mode. La localisation de cette ambiance fait ressortir la quasi-totalité des arrondissements parisiens et confirme la réputation de cité de la mode et du design attachée à la capitale. Encore une fois, le Paris vitrine mais aussi chic et tendance sont spatialement les marqueurs les plus forts de cette ambiance glamour.



Carte 15: Sous-dimension glamour

2.4. Sous-dimension formalité

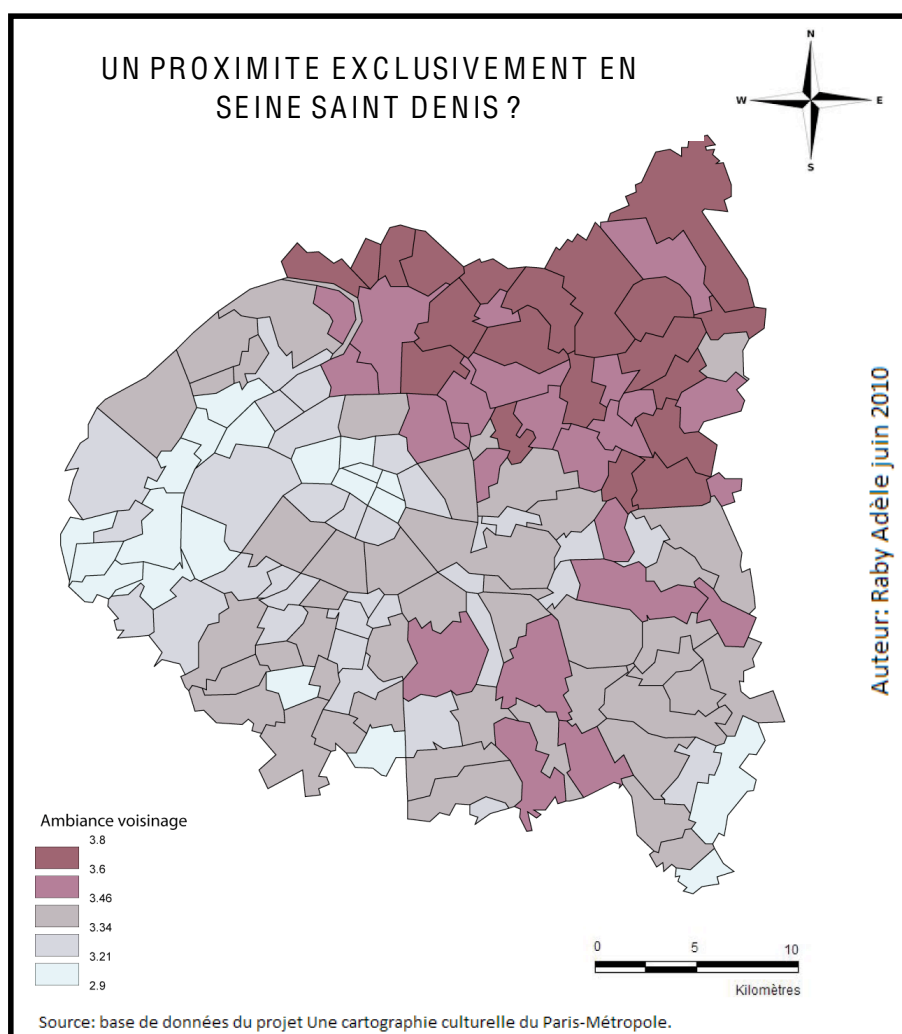
La localisation de l'ambiance formalité peut être analysée en deux temps. Premièrement, dans le quart est/nord-est, se situent les communes dont les équipements ne répondent pas à la définition donnée de cette dimension, puisque les équipements, qui restent majoritairement des infrastructures de proximité telles que les boulangeries, charcuteries, supermarchés..., n'ont pas d'accès restrictif et ne nécessitent aucune attitude particulière, (absence de code vestimentaire, et de tenue comme celle requise par exemple à l'opéra...) Dans un second temps, on peut voir que les équipements qui exigent une tenue particulière aussi bien de comportement (opéra) que d'habillement (club privé) sont situés dans les communes des Hauts de Seine, du Sud du Val de Marne et dans les quartiers centraux et à l'ouest de Paris. Or ces zones font partie des communes les plus aisées du Paris Métropole. Ces équipements marquent donc une certaine répartition spatiale de la conventionalité.



Carte 16 : Sous-dimension formalité

2.5. Sous-dimension voisinage

A l'inverse des équipements de l'ambiance formalité qui signalent une certaine rigueur et une manière d'être, les équipements de l'ambiance voisinage sont représentatifs de liens plus personnels et conviviaux. Ils sont majoritairement situés dans les communes du quart nord-est, particulièrement réputées pour leurs quartiers populaires. Le caractère voisinage des équipements de cette sous-dimension se définit par l'intensité des liens qu'un individu pourra entretenir avec les autres consommateurs. Prenons l'exemple d'un café starbuck et d'un bistrot. La relation entretenue avec non seulement les serveurs mais aussi les autres individus seront absolument différentes. Le bistrot sera plus convivial et offrira la possibilité d'avoir des liens plus intime avec les serveurs, les consommateurs... Le starbuck se révélera plus conformiste et plus impersonnel. La convivialité du bistrot et la possibilité d'entretenir un lien plus intime avec les consommateurs caractérisent l'ambiance voisinage de cet équipement.

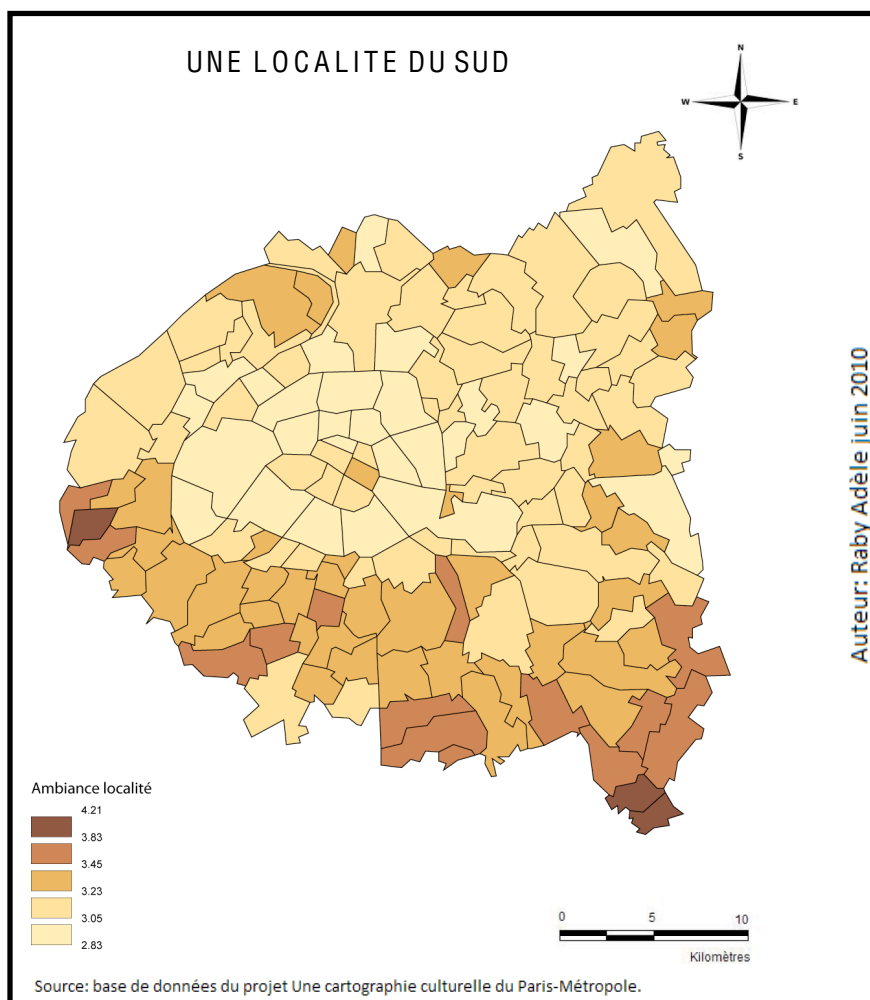


Carte 17: Sous-dimension voisinage

3. Dimension authenticité

3.1. Sous-dimension localité

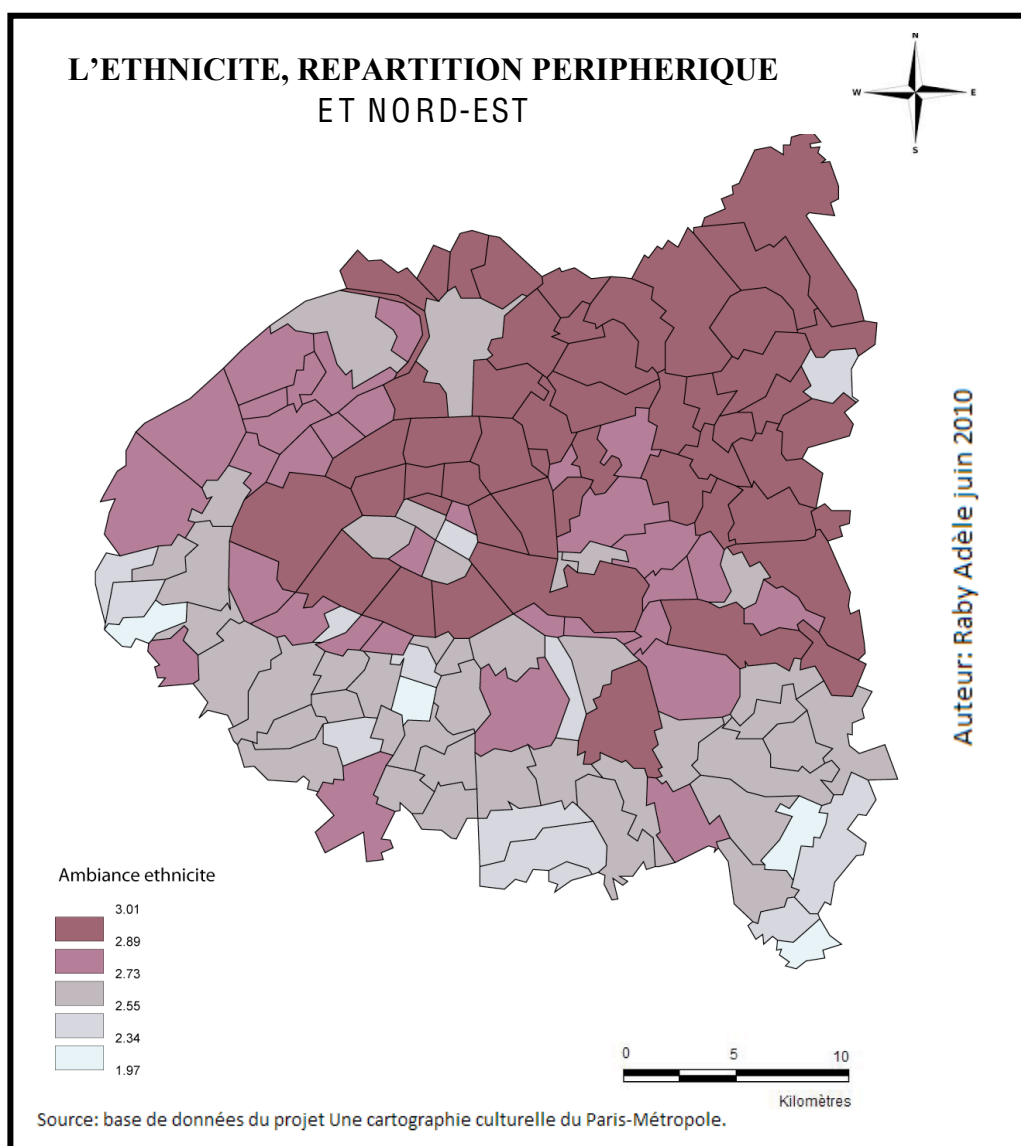
Chaque individu s'authentifie à un ou plusieurs lieux en fonction de son histoire personnelle (lieu de naissance, de jeunesse...) Cette authentification se symbolise par l'idée qu'un espace puisse revêtir un sens protecteur et des valeurs sûres et connues. Dans le Paris Métropole, l'ambiance localité se situe dans les communes du Sud. Plus ces communes sont éloignées de Paris et plus le poids des équipements en localité est important. Plusieurs facteurs sont à l'origine de cette répartition. Tout d'abord, plus les communes sont éloignées de Paris et moins l'air urbaine quelle constitue est grande. Elles sont donc plus proches des communes rurales que celles strictement urbaines. Leurs équipements sont plus caractérisés par des infrastructures familiales, des commerces de détail... Ils véhiculent donc une forme de convivialité et une personnalité particulière. Dans la même optique que l'ambiance transgression, ne peut-on pas ici critiquer l'échelle de l'étude ? Chaque arrondissement n'est-il pas doté d'un quartier où les liens individu/espace sont prédominants ? L'appellation « vie de quartier » n'est-elle pas révélatrice d'un sentiment de localité très fort ?



Carte 18 : Sous-dimension localité

3.2. Sous-dimension ethnicité

Le codage de l'ambiance ethnicité montre qu'aucune commune n'est réellement représentative de l'ambiance ethnicité. En effet, au Etats-Unis, le communautarisme est une notion beaucoup plus significative qu'en France. Même si certains quartiers sont caractérisés par un groupe ethnique, les mélanges interculturels sont toujours présents et ne permettent pas d'affirmer qu'un quartier est exclusivement composé d'équipements « ethnique ». Dans l'étude de cette dimension il serait intéressant de mener une enquête plus précise sur le type d'infrastructures présents dans chaque commune (équipement d'origine chinoise, japonaise, africaine...)



Carte 19 : Sous-dimension ethnicité

Figure 6. Mesure de l'égalité à l'échelon du grand Paris selon la théorie des ambiances

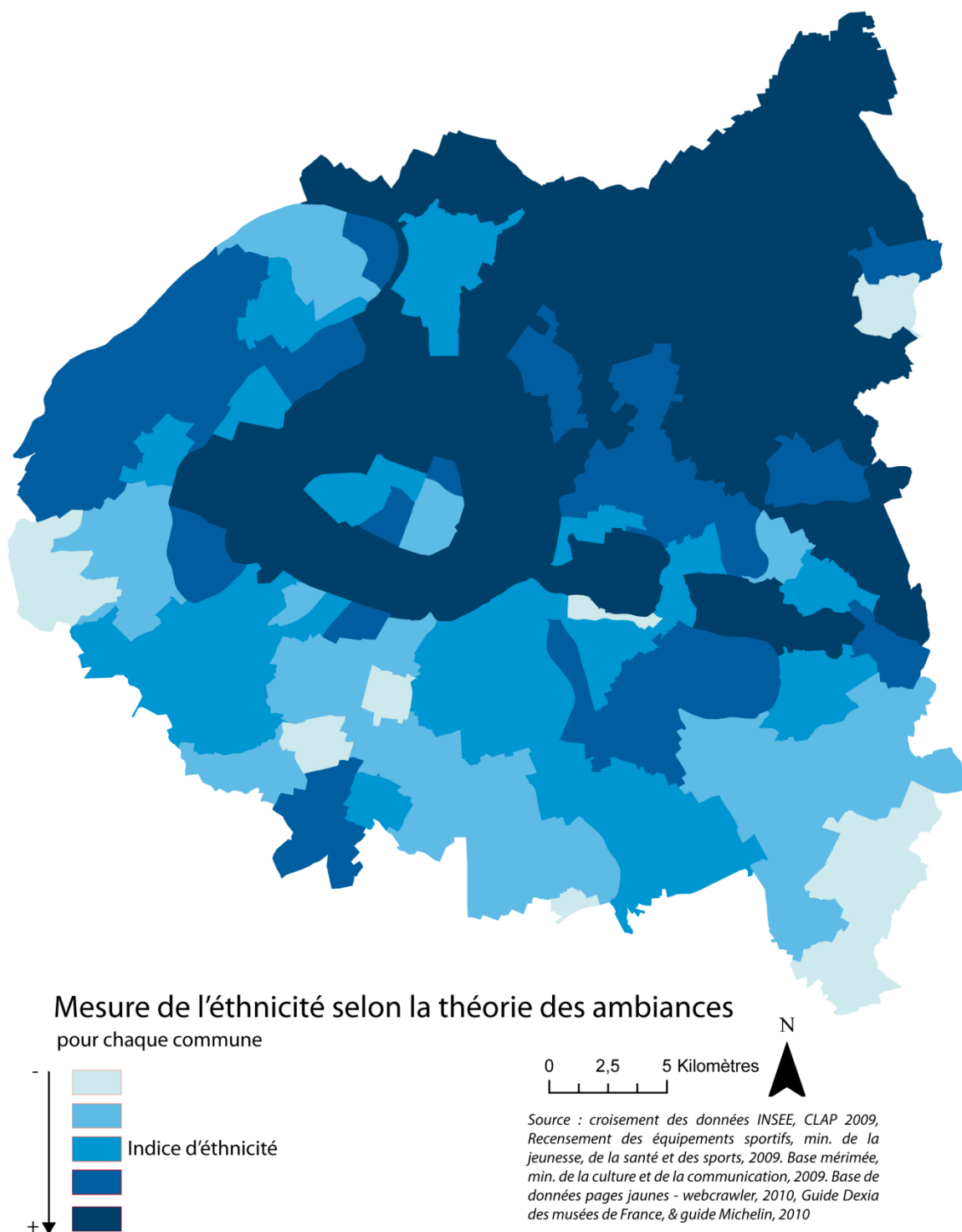
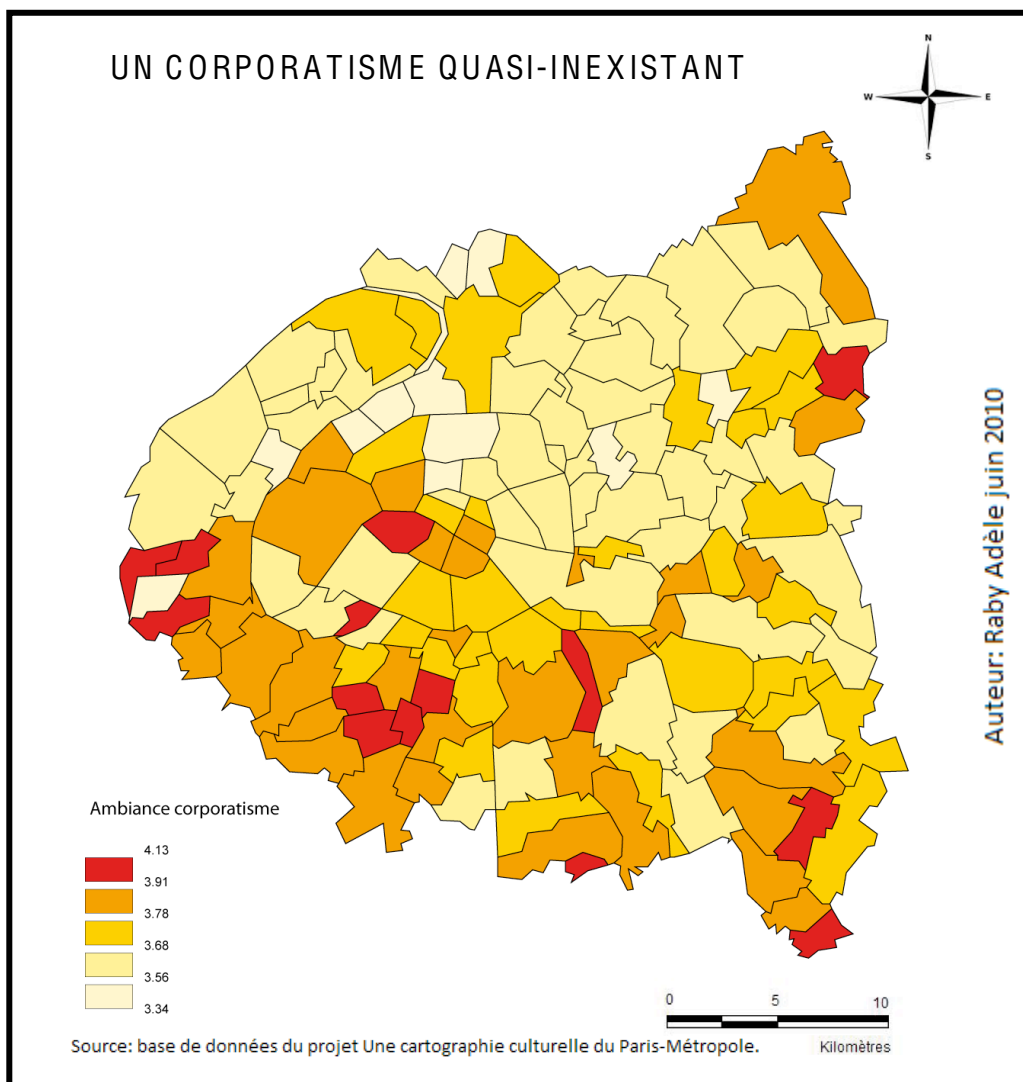


Figure 7. Mesure de l'ethnicité à l'échelon du grand Paris selon la théorie des ambiances [Mathias ROUET]

3.3. Sous-dimension corporatisme

En France, une corporation définira un groupe de personnes ayant la même profession et défendant leurs droits.



Carte 20 : Sous-dimension corporatisme

3.4. Sous-dimension image de marque

La dimension “corporate” en anglais fait référence à l’authenticité rattachée aux grandes marques. Un café ‘Starbucks’ ou un sac ‘Louis Vuitton’ portent une authenticité qui leur est propre et qui est due au fait qu’ils ont été produits et vendus par cette marque en particulier.

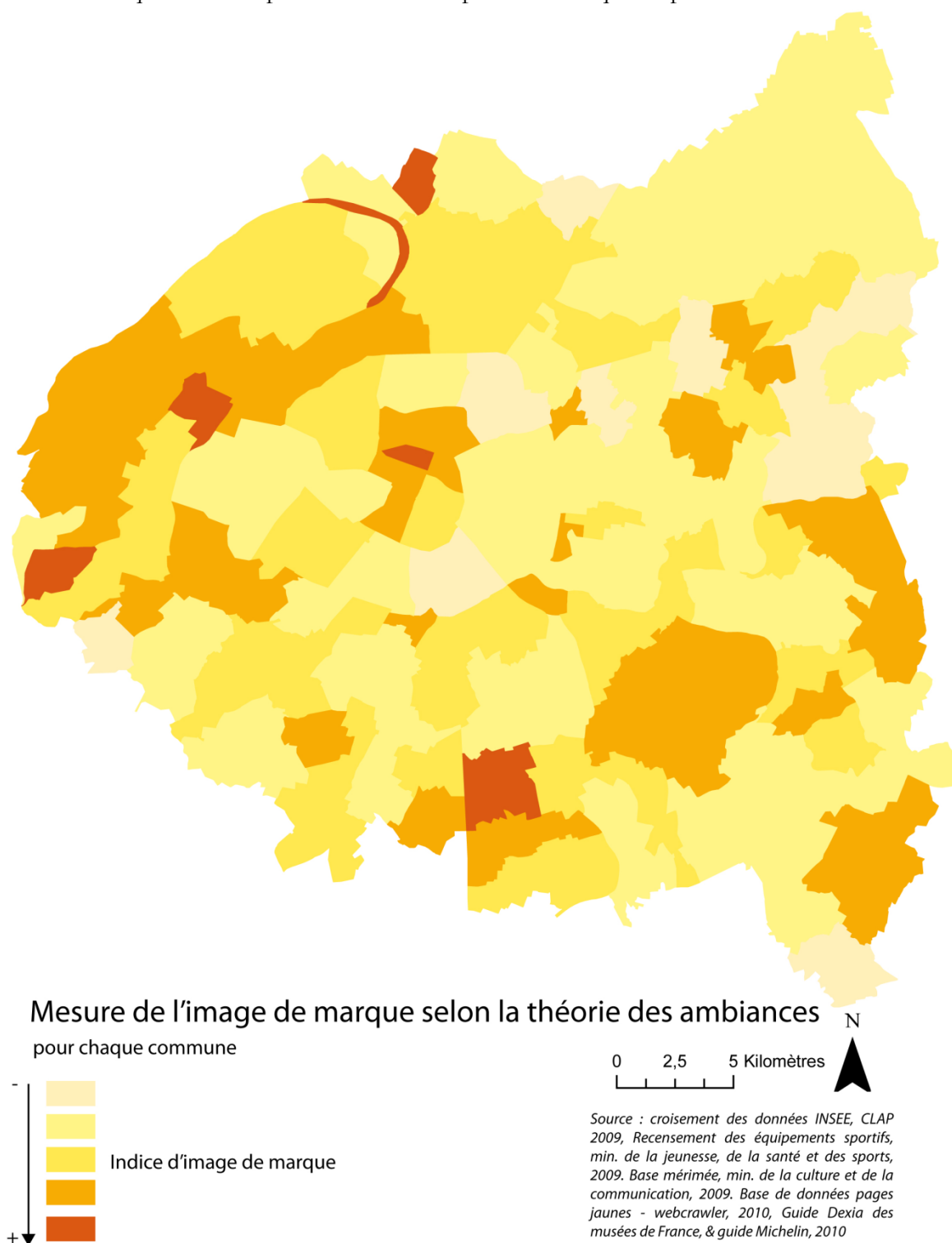
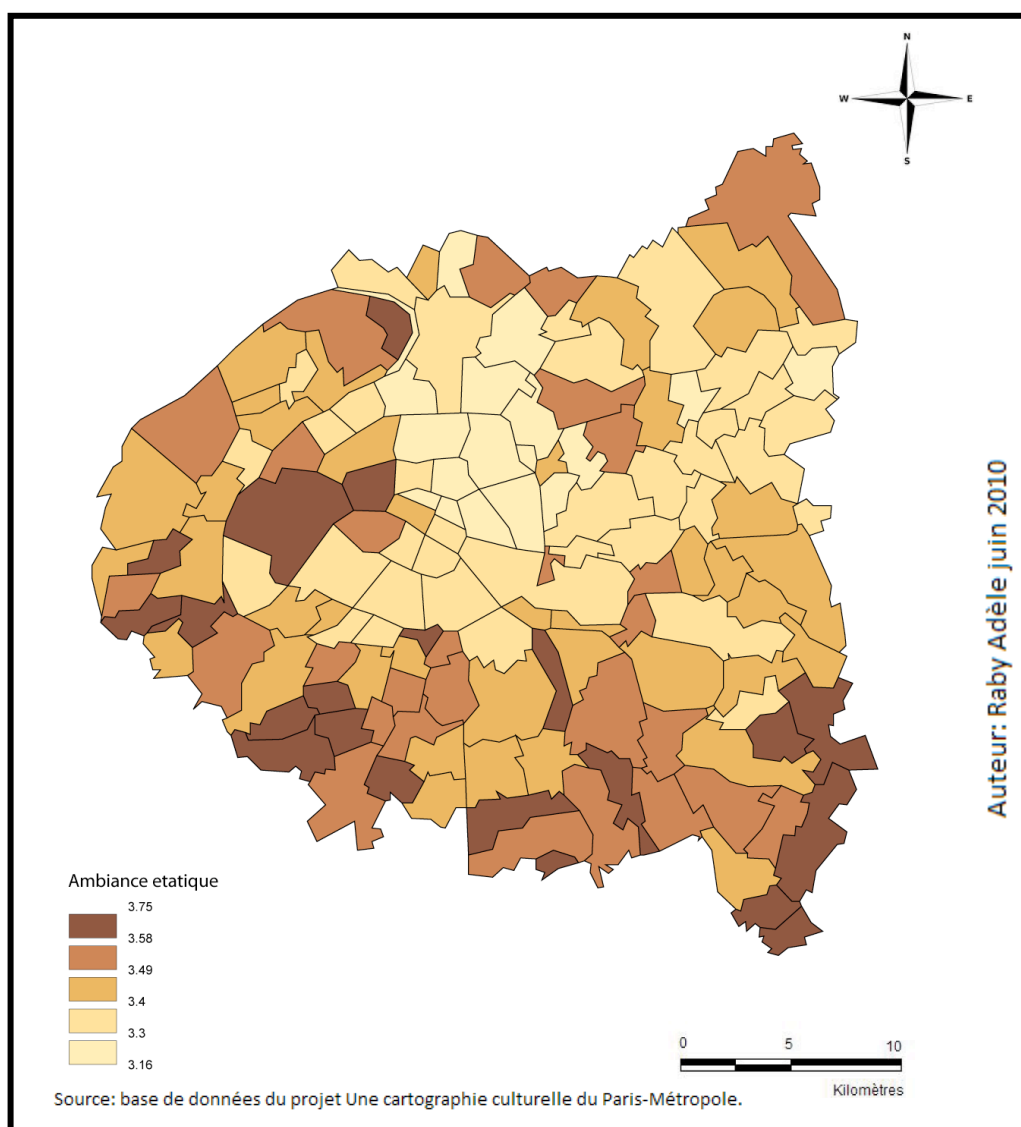


Figure 5. Mesure de l'image de marque à l'échelon du grand Paris selon la théorie des ambiances [produit par Mathias ROUET]

3.5. Sous-dimension étatique

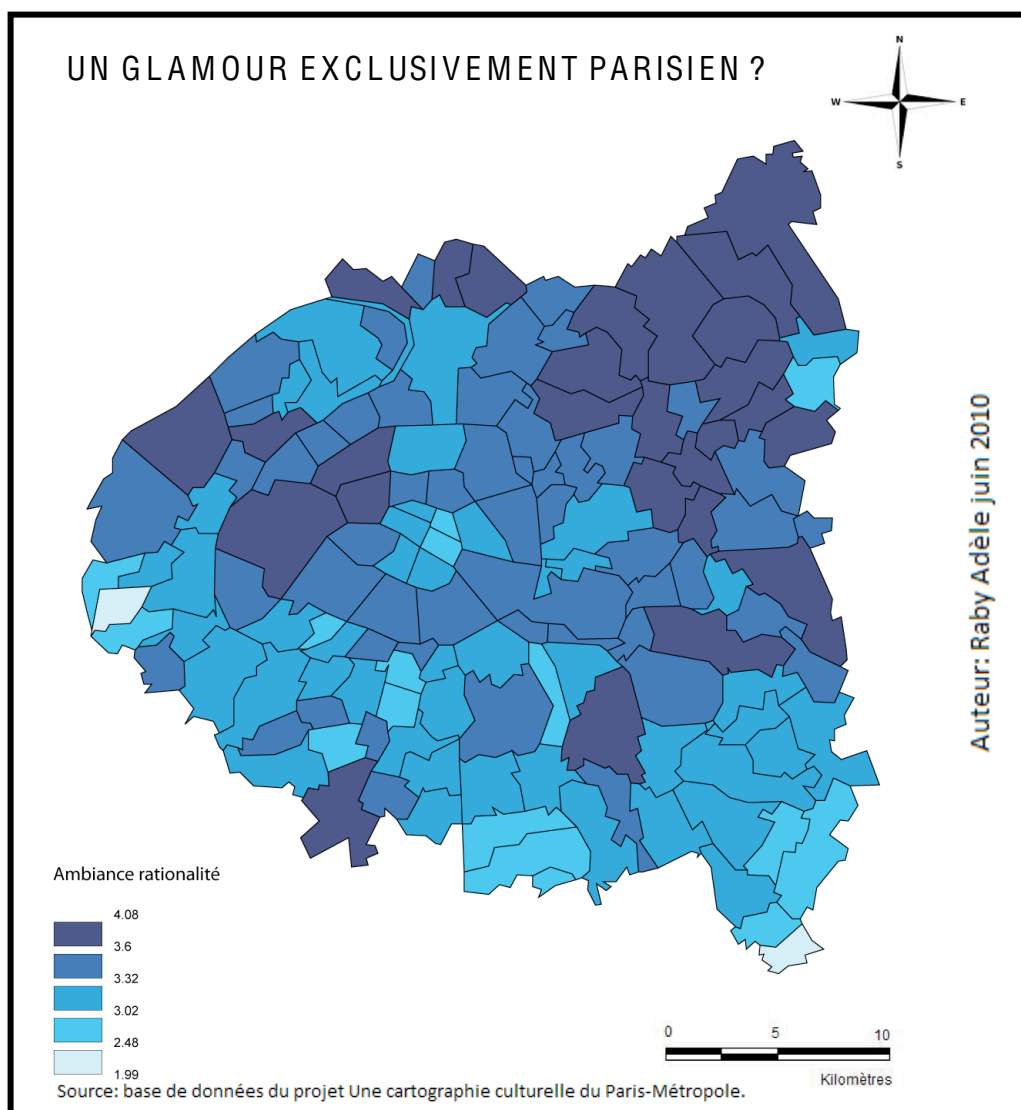
La carte de localisation de l'ambiance étatique fait ressortir une vaste zone regroupant les deux départements des Hauts de Seine et du Val de Marne ainsi que les arrondissements à l'ouest de Paris. En analysant les différents équipements associés au patrimoine culturel (musées, monuments, objets répertoriés Palissy, édifices répertoriés Mérimée...) on remarque qu'ils jouent un rôle fondamental dans la spatialisation de cette ambiance. Même si les infrastructures porteuses des valeurs de la république (enseignement public, services publics...) orientent la répartition de l'ambiance étatique, celles liées au patrimoine restent beaucoup plus significatives. En effet, dans le Paris Métropole et plus généralement en France le patrimoine reste une des grandes valeurs fondatrice de la nation. Dans la manière de coder les équipements pour cette ambiance, n'a-t-on pas plutôt ici la représentation d'une dimension patrimoniale-authentique ?



Carte 21: Sous-dimension étatique

3.6. Sous-dimension rationalité

La localisation de l'ambiance rationnelle permet de mettre en avant deux types de regroupement totalement différents dans les équipements qui les composent. En effet, on peut distinguer deux types d'ambiance rationnelle et donc concevoir deux approches. Dans un premier temps, les arrondissements parisiens où l'ambiance rationnelle est présente offrent un grand nombre d'infrastructures ayant une grande possibilité en matière d'enrichissement personnel (université, bibliothèque, musée...). Cette ambiance représente la volonté d'aller dans un équipement pour son enrichissement personnel, sa culture générale. Dans une autre perspective, les communes de la Seine Saint Denis particulièrement ayant une ambiance rationnelle forte disposent d'équipements totalement différents. Le caractère rationnel de ces infrastructures est défini par la réflexion personnelle qui se traduit dans une réalisation manuelle (les magasins de bricolage, de construction de maison individuelle...)

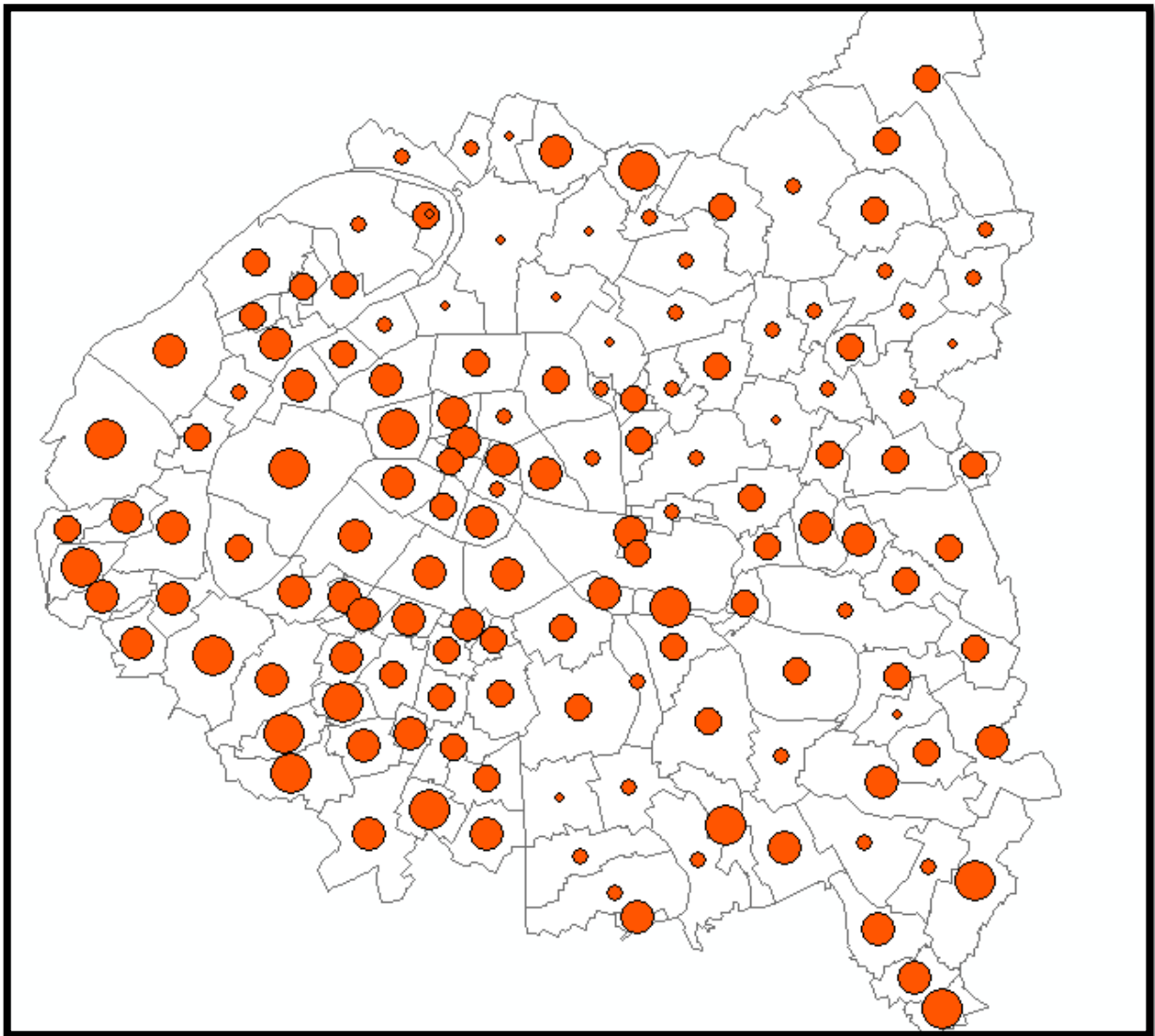


Carte 22: Sous-dimension rationalité

4. Dimensions spatio-temporelles

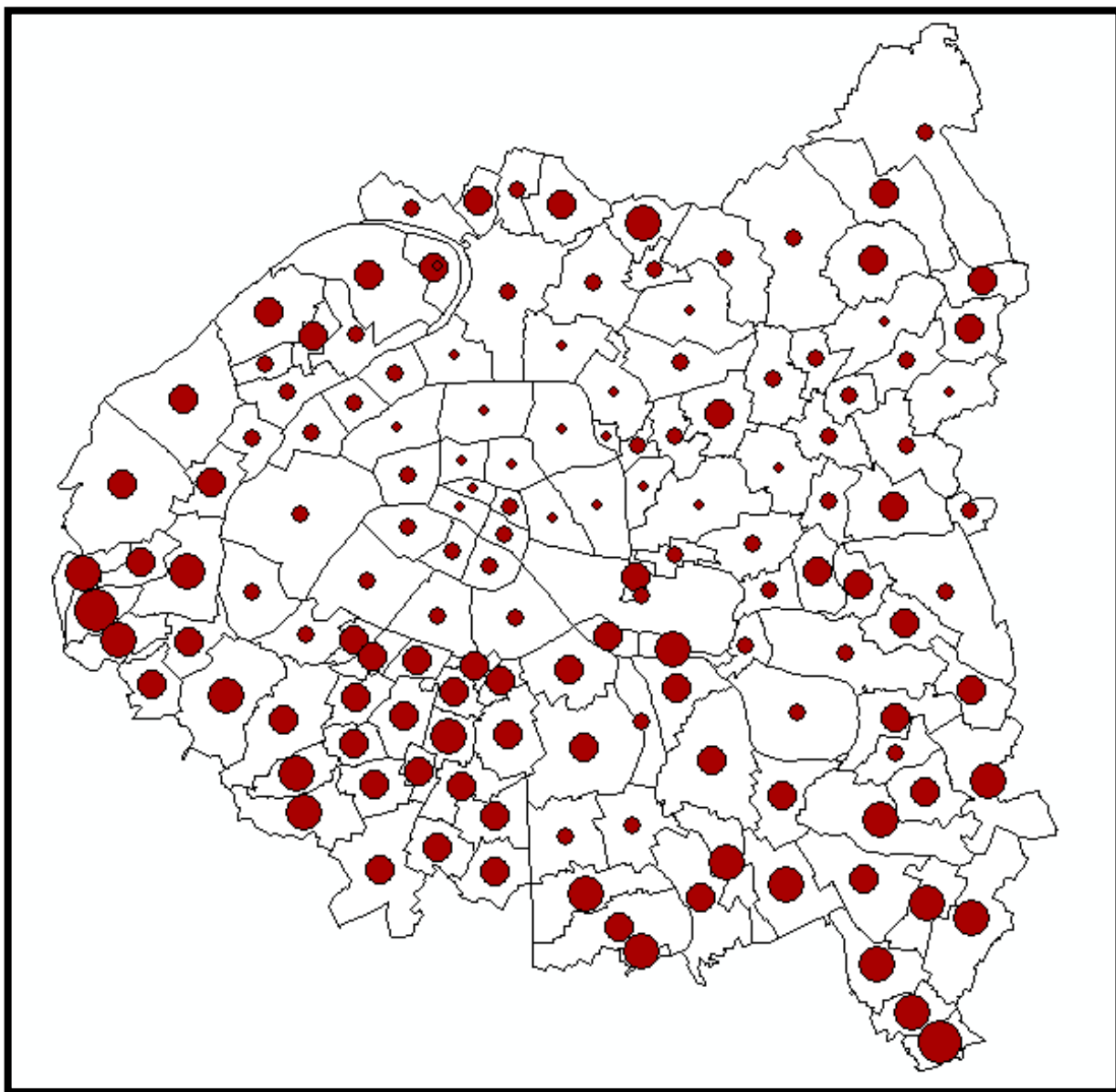
4.1 Sous-dimension rythme

L'impact d'un équipement dépend en partie du temps qu'on y passe. Une série de restaurants rapide dans une rue ou dans un quartier ne mènent pas à la même ambiance qu'un quartier de résidences, hôpitaux, et bibliothèques. Il est frappant de noter une forte présence d'équipements ou on passe davantage de temps dans l'ouest de Paris. C'est distinction, à nouveau, se construit sur un axe est-ouest qui nie toute logique centre et périphérie. En ce qui concerne le rythme de l'espace quotidien, la distinction Paris-banlieue n'est pas parlant.



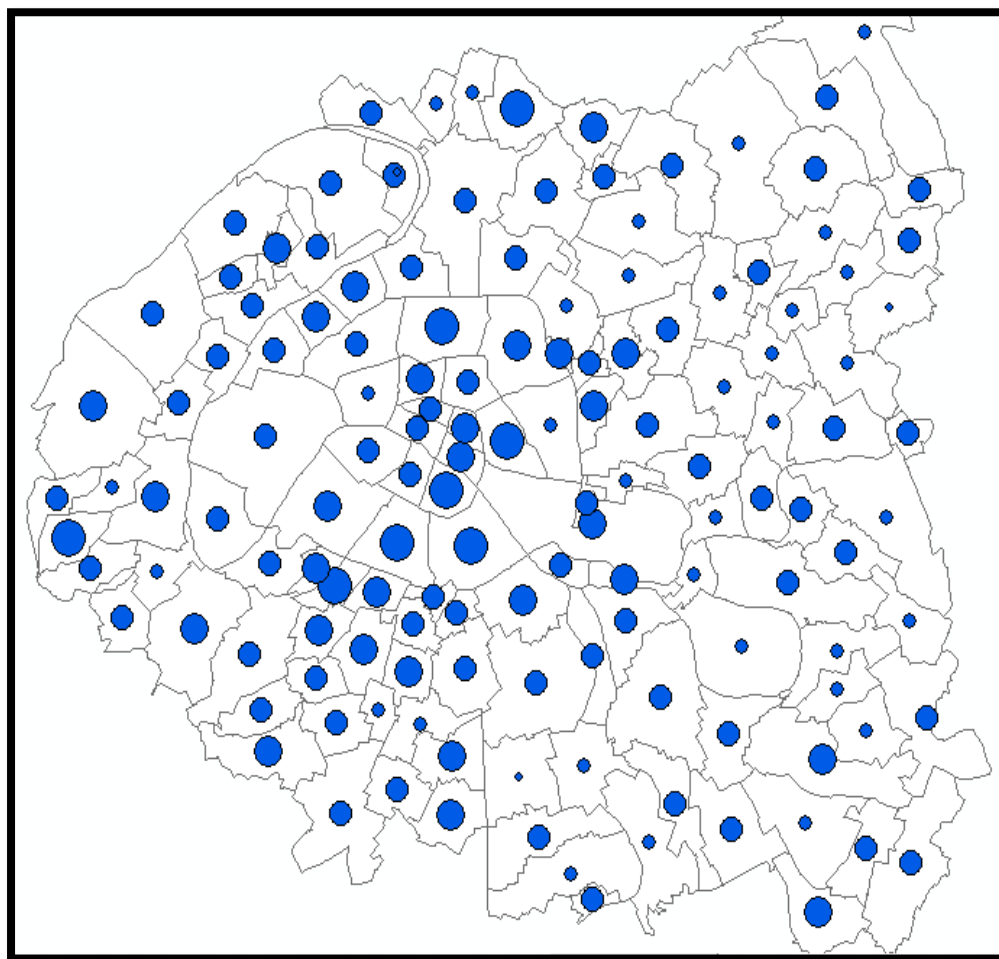
4.2 Sous-dimension taille moyenne des équipements

La taille des équipements peut avoir un effet sur la densité ainsi que la structure des rues. La présence de vaste équipements comme terrains de foot, hypermarchés et bâtiments de bureaux est déterminant pour l'ambiance d'une commune. Elle détermine les modes de transport mais aussi la densité même de l'ambiance. La logique centre périphérie revient dans ce contexte pour des raisons évidents. Mais on a frappé également par l'axe qui part vers la Seine St. Denis.



4.3 Sous-dimension amplitude horaires

Les horaires d'ouverture d'un équipement sont déterminant pour l'ambiance d'une rue, d'un quartier, et une commune. Les questions de ville 24h, la peur d'un centre ville qui se vide à 17h, la recherche d'un quartier agréable à 15h, 20h, 3h, ceci fait partie de l'offre culturelle d'un quartier. Dans cette carte, la division est-ouest et de nouveau structurant avec une certaine emphase sur l'arc passant du nord-est de Seine St. Denis au Sud est de Marne la Vallée.



Etudes d'ambiances

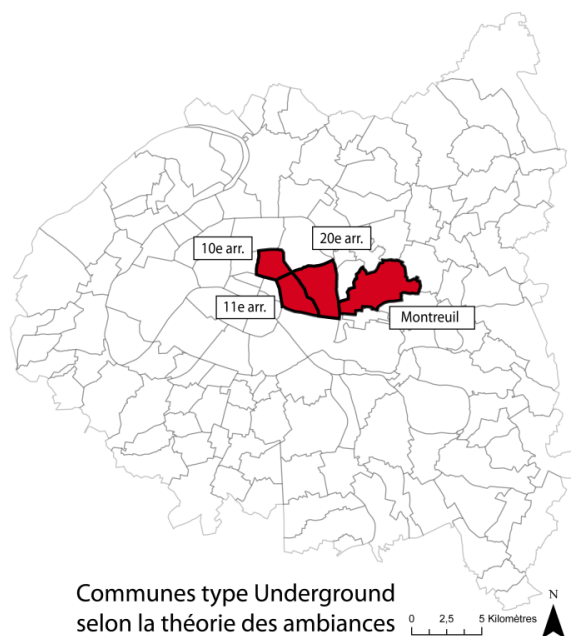
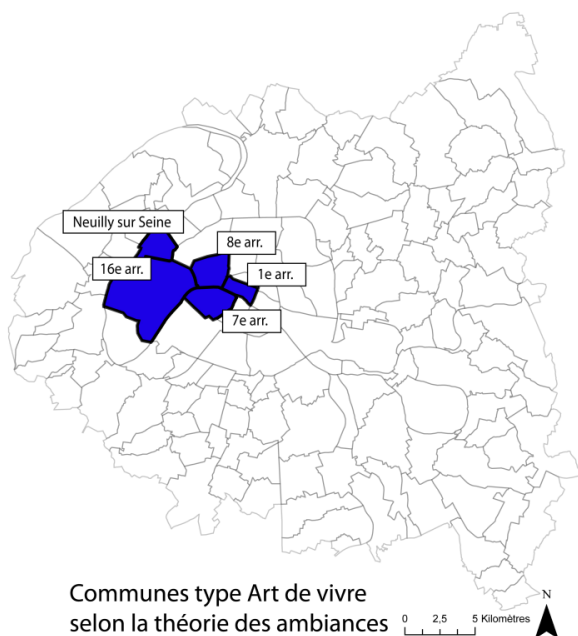
Stephen Sawyer
Cartographie et Tableaux: Mathias Rouet

Une ambiance se compose des différentes dimensions présentées dans le chapitre précédent. Définir les fondements d'une ambiance, c'est d'abord analyser des discours dans lesquels a été formulée une certaine identité, un « socio-style ». Il ne s'agit pas de juger des personnes ou des pratiques en fonction d'un idéal-type, mais d'analyser les discours produits sur et par la ville, par les entrepreneurs, les publicités, les résidents, les municipalités, etc. Ces discours sont innombrables ; ils sont particulièrement développés par les acteurs publics et privés, ainsi que les commerces, pour essayer d'attirer des clients ou de nouveaux résidents. Etudier une ambiance, c'est, dès lors, décomposer ces discours dans leurs éléments constitutifs et les cartographier.

Notre choix s'est porté sur trois ambiances : « art de vivre », « bobo », et « underground ». Pourquoi ? D'abord, parce qu'elles ont toutes trois fait l'objet d'une pléthore de discours, ce qui confirme que de telles perceptions de la ville ont une audience, que parler d'un quartier bobo, ou d'évoquer l'art de vivre en ville a un sens pour les citoyens du XXI^e siècle. Deuxièmement, ces trois ambiances sont constituées de multiples dimensions, ce qui permet au chercheur de toucher un grand nombre de communes. Enfin, ce sont des discours produits également sur d'autres villes-métropoles à travers le monde, ce qui offre la possibilité de mener des comparaisons plus globales.

Voici la structure des trois ambiances :

Dimensions / Ambiances	En accord avec	Rejet de
Art de vivre Source de l'ambiance : "l'Ecole de l'art de vivre"	Tradition, Charisme, Corporatisme, Formalité, Glamour	Egalité, Expression, Transgression
Bobo Source n+1	Glamour, Expression, Transgression, Voisinage, Egalité	Formalité
Underground Source de l'ambiance. A.Besse, Paris Underground	Expression, Transgression	Tradition, importance de l'Etat, Rationalité, Image de marque, Formalité



Pour chaque ambiance nous avons préparé une fiche où nous avons recueilli toutes les informations qui nous ont permis de définir l'ambiance en question. Les fiches sont organisées pour être élastiques, ouvertes à de nouveaux éléments et perméables. Elles sont également conçues pour être une « feuille de route » permettant de cartographier une ambiance.

Etudes d'Ambiances : Art de Vivre

FICHE D'AMBIANCE

Titre de l'Ambiance: **ART DE VIVRE**

Définition courte:

« Là, tout n'est qu'ordre et beauté, luxe, calme et volupté. » (Charles Baudelaire)

L'Art de vivre est un style-de-vie qui mêle luxe et vie quotidienne. Elle est marquée par la capacité de transformer l'expérience exceptionnelle en un moment qui peut être vécu tous les jours. Le concept est mobilisé fortement à Paris surtout autour de l'industrie de tourisme, mais il trouve aussi sa raison d'être dans les quartiers les plus chics qui ou les commerces tentent de se transformer en niche ou cocon de cet art.

Équipements indicatifs:

Recette des dimensions:

Tradition ++ (Ecart Moyen 5= 0,5; 4=0,2875 ; 3= -0,075; 2=-0,3625 ; 1=-0,65)

Formalité ++

Glamour ++

Localité +

(Utilitarisme -)

Transgressif—

Egalité —

Informations complémentaires

Une Ecole de L'art de vivre vient de s'ouvrir à Paris. Leurs prestations offrent une bonne entrée dans la compréhension de cette ambiance :

« **Une rencontre...** La Belle Ecole est née à l'automne 2004, de la rencontre entre Aude de Thuin, Constance Rietzler et Camille de Wouters. Typiquement parisiennes mais aux parcours très internationaux, elles sont conscientes que Paris est le berceau de l'Art de Vivre. Elles décident d'unir leurs talents et leurs expériences complémentaires pour développer la première école d'Art de Vivre à la française...

Un esprit... Les valeurs de La Belle Ecole sont simples : tradition et modernité, technique et plaisir, savoir-faire et savoir-vivre. Nos cours s'inscrivent dans l'histoire et les traditions françaises, mais également dans notre époque, illustrée par les nouvelles tendances. L'enseignement peut remonter parfois jusqu'à l'Antiquité, mais l'approche est surtout moderne, et nous vous faisons partager toute l'évolution actuelle des domaines que nous enseignons. [...] A chaque cours, vous apprenez une matière, des techniques, des gestes et un comportement, qui vous permettent de véhiculer, représenter ou comprendre au mieux l'Art de Vivre à la française. »¹⁴²

¹⁴² <http://www.labelleecole.fr/notre-esprit-et-nos-valeurs-2-56.r.fr.htm> . (Consulté Avril 2010).

★★★ Art de vivre

Total Tradition" <-0.1
 Total Formalité" <-0.09
 Total Glamour" <-0.1

Total Egalité" >0.07
 Transgression" >-0.12



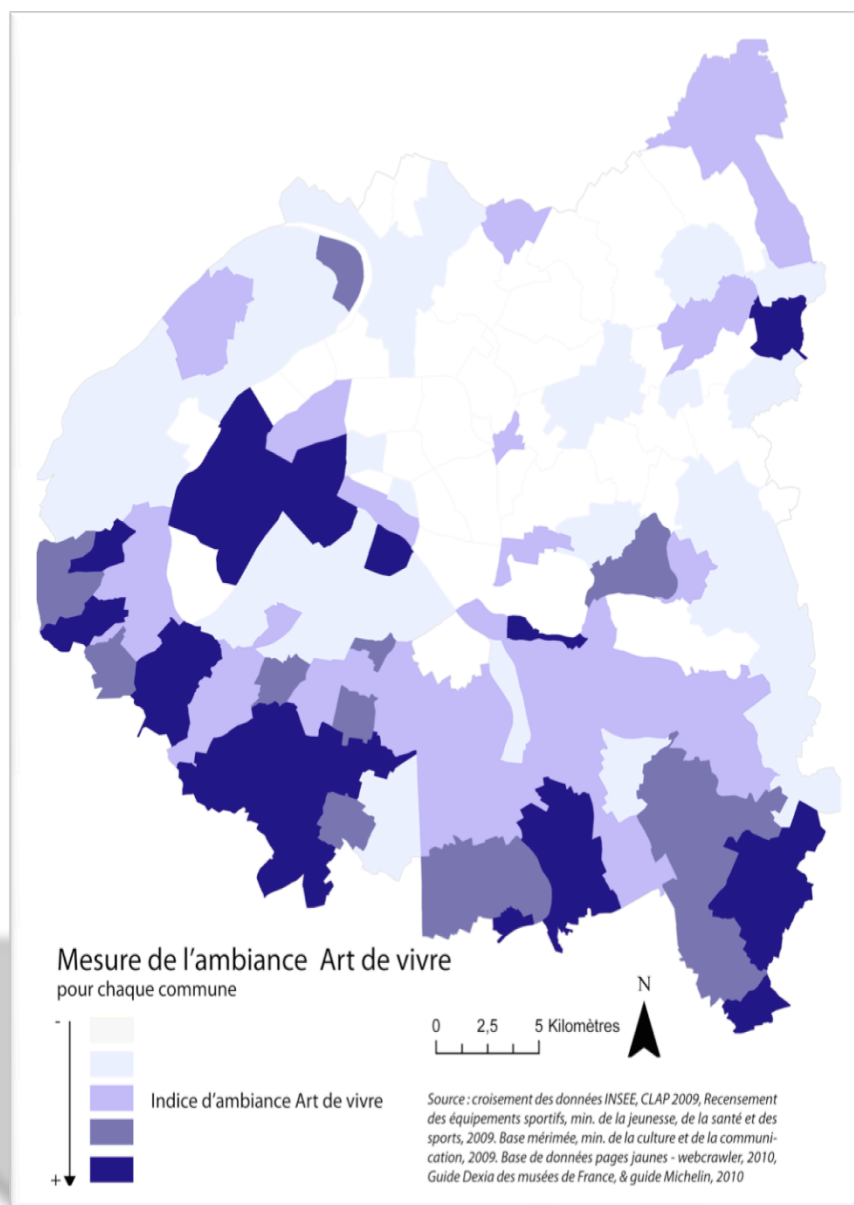
Art de (très bien) vivre

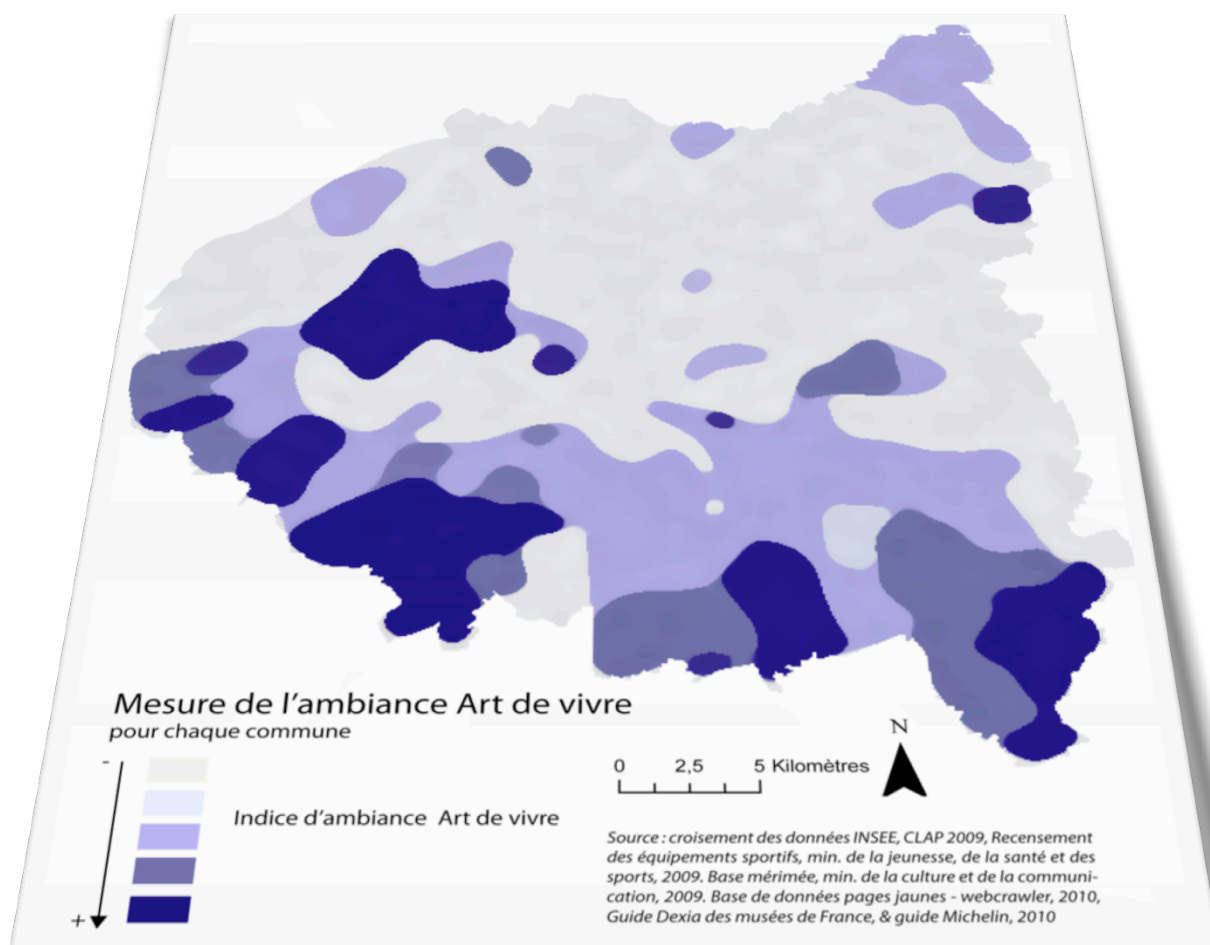
Total Tradition" <-0.1
 Total Formalité" <-0.09
 Total Glamour" <-0.1

Total Egalité" >0.07
 Transgression" >-0.12

Localité <0.03







Etudes d'Ambiances : BOBO

FICHE D'AMBIANCE

Titre de l'Ambiance: « **BOBO** »

Définition courte:

« Paradoxe ambulant, le BOBO concilie modèle classique et vie souple, barbe de trois jours et salaire de cadre, marmaille élevée dans un appartement aux poutres apparentes, baigné de lumière et musique de loft. »¹⁴³

Équipements indicatifs:

Librairies

Forte en tissu urbaine d'avant 1945

Densité et diversité d'équipements-(Peu de banques + assurances)

Bio coops

Gastrobistro our Néo-bistro (fooding)

Caves a vin

Fromageries

Magasins design

galeries d'art contemporain

Brocante

Cinema Arts et essaie

Recette des dimensions:

Formalité--

Egalité +

Glamour +

Tradition +

Transgressivité +

Voisinage +

Revenue + de la moyenne

Vote vert

Informations complémentaires

Ten ways to tell you're a Bobo¹⁴⁴

Do you:

- Believe that shelling out £10,050 on a home media centre is vulgar, but that spending it on a slate shower stall is a sign you are at one with the Zen-like rhythms of nature?
- Work for a company as cool, hip and enterprising as you?
- GO ON adventure seeking vacations to the remotest parts of the world to X-treme ski, mountain climb or whitewater raft, or do you simply settle for a ride in the sport utility vehicle to the nearest haute-design shops and local purveyors of Third World treasures?

¹⁴³ Geraldine de Margerie. *Dictionnaire du Look* (Paris : Laffont, 2009), p 59.

¹⁴⁴ Are you a BOurgeois BOhemian?

We've had Hippies, Yuppies, Buppies and Dinkies. Now it's time for the Bobos. Melinda Wittstock in New York reports on the rise of the new urban upper class [The Observer](#), Sunday 28, May 2000.

- Dress 'geek chic' or hippy chick - and don't forget the titanium Omnitech athletic gear?
- Have a newly renovated kitchen which looks like an aircraft hangar with plumbing - even after the feng shui?
- Give to Tibet, but not always to the local homeless?
- Feel cheated and betrayed if a big supermarket sign that normally says 'Organic Items Today: 130' today counts only 60?
- Earn upwards of £67,000 but were never in it for the money?
- Buy Third World to save the Third World?

Bibliographie:

A la découverte des quartiers bobos de Paris : www.tripwolf.com/fr/blog/2010/03/26/a-la-decouverte-des-quartiers-bobos-de-paris/

David Brooks, *Bobos in Paradise*

Renaud, Les Bobo

On les appelle bourgeois bohêmes
Ou bien bobos pour les intimes
Dans les chanson d'Vincent Delerm
On les retrouve à chaque rime
Ils sont une nouvelle classe

Après les bourgeois et les prolos

Pas loin des beaufs, quoique plus classe
Je vais vous en dresser le tableau
Sont un peu artistes c'est déjà ça
Mais leur passion c'est leur boulot
Dans l'informatique, les médias
Sont fier d'payer beaucoup d'impôts

Les bobos, les bobos
Les bobos, les bobos

Ils vivent dans **les beaux quartiers**
ou en banlieue mais dans un loft
Ateliers d'artistes branchés,
Bien plus tendance que l'avenue Foch
ont des enfants bien élevés,
qui ont lu le Petit Prince à 6 ans
Qui vont dans des écoles privées
Privées de racaille, je me comprends

ils fument un joint de temps en temps,
font leurs courses dans **les marchés bios**
Roulent en 4x4, mais l'plus souvent,
préfèrent s'déplacer à vélo

Les bobos, les bobos
Les bobos, les bobos

Ils lisent Houellebecq ou philippe Djian, les
Inrocks et Télérama,
Leur livre de chevet c'est surand
Près du catalogue Ikea.
Ils aiment **les restos japonais et le cinéma coréen**
passent leurs vacances au cap Ferret
La côte d'azur, franchement ça craint

Ils regardent surtout ARTE
Canal plus, c'est pour les blaireaux
Sauf pour les matchs du PSG
et d'temps en temps un p'tit porno

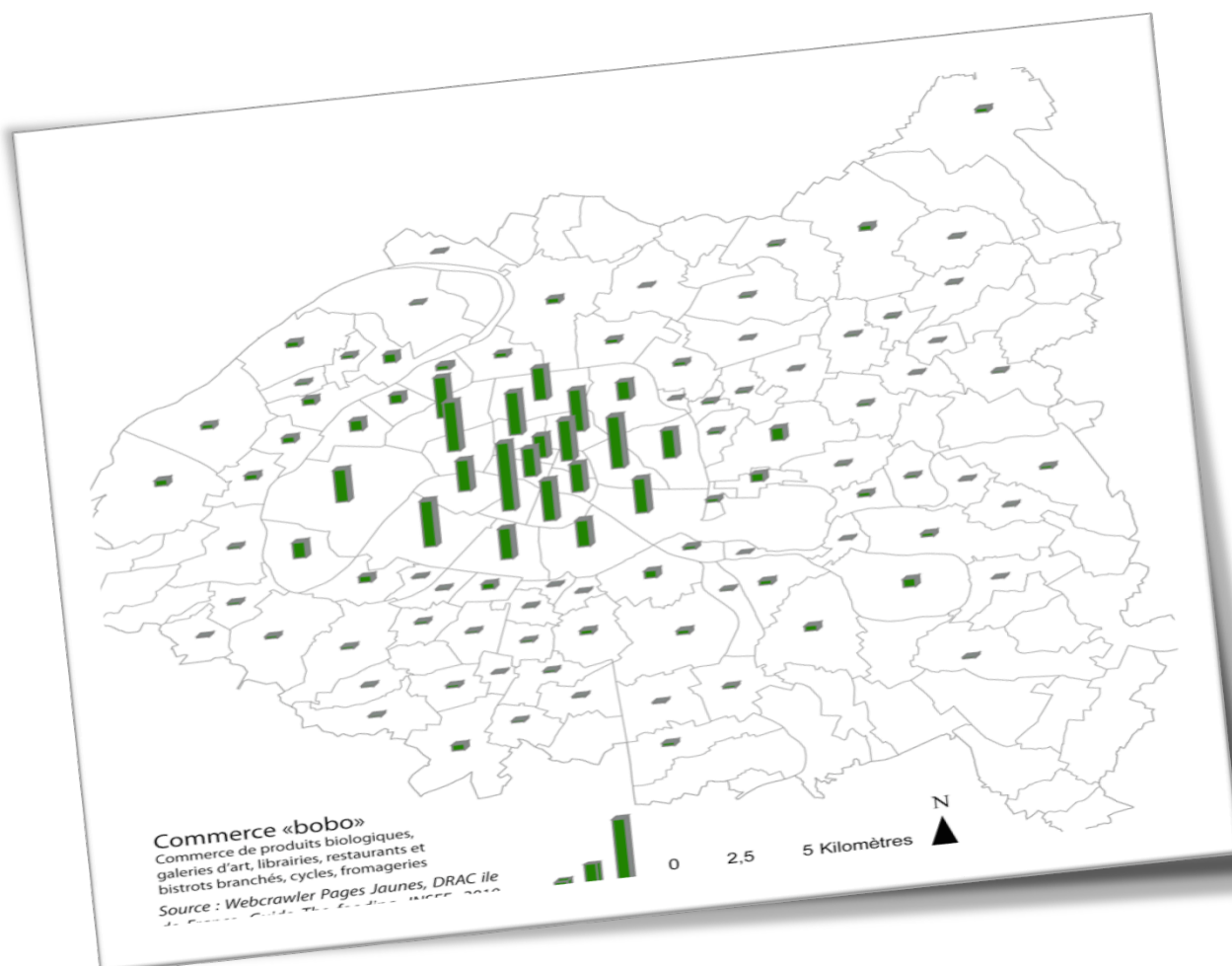
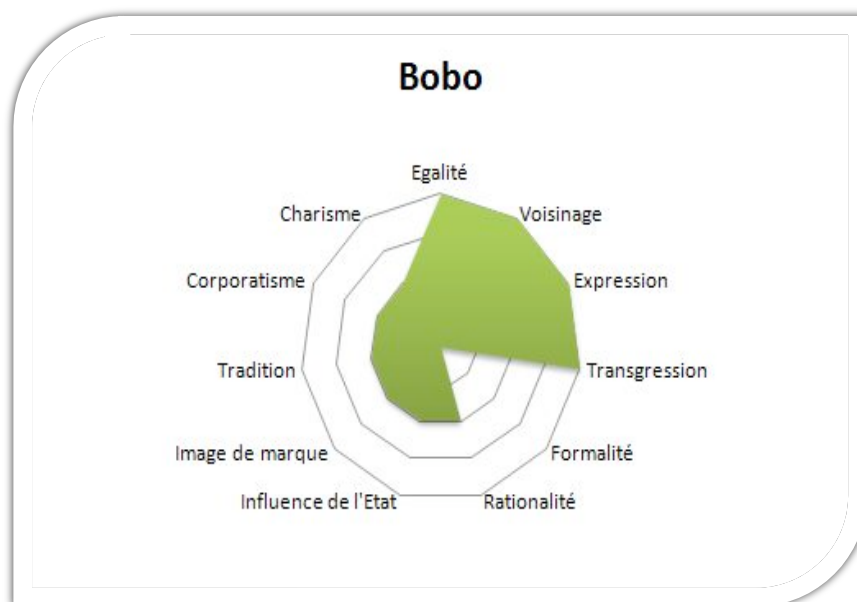
Les bobos, les bobos
Les bobos, les bobos

Ils écoutent sur leur chaîne hi fi
France-info toute la journée
Alain Bashung Françoise Hardy
Et forcément Gérard Manset
Ils aiment Desproges sans même savoir
que Desproges les détestait
Bedos et Jean Marie Bigard,
même s'ils ont honte de l'avouer
Ils aiment Jack Lang et Sarkozy
Mais votent toujours Ecolo
Ils adorent le Maire de Paris,
Ardisson et son pote Marco

Les bobos, les bobos
Les bobos, les bobos

La femme se fringue chez Diesel
Et l'homme a des prix chez Kenzo
Pour leur cachemire toujours nickel
Zadig & Voltaire je dis bravo
Ils fréquentent beaucoup les musées,
les **galeries d'art, les vieux bistrots**
boivent de la manzana glacée en écoutant Manu
chao
Ma plume est un peu assassine
Pour ces gens que je n'aime pas trop
par certains côtés, j' imagine...
Que j'fais aussi partie du lot

Les bobos, les bobos
Les bobos, les bobos



Bobo

Total Transgression" <0.02

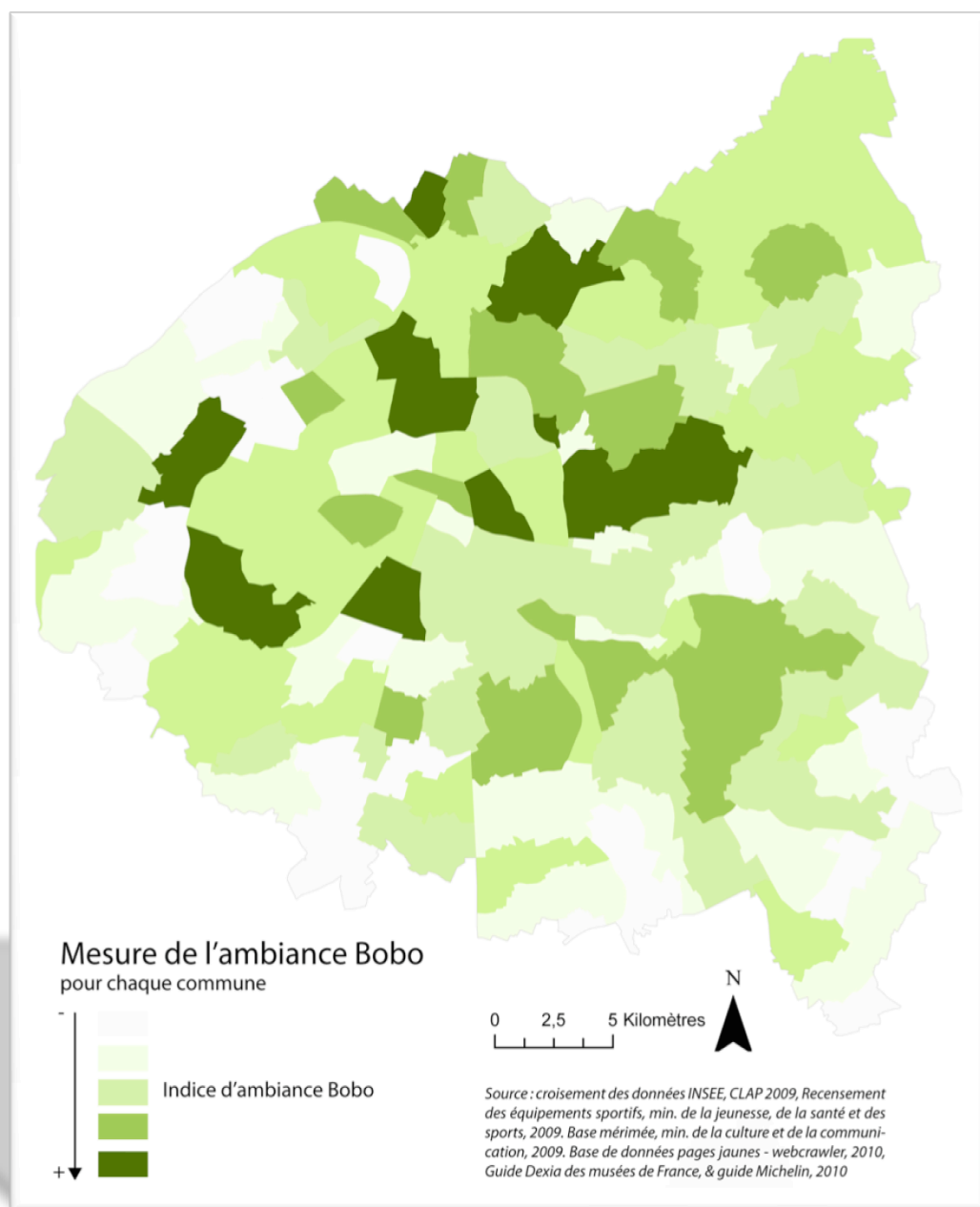
Total Voisinage" <-0.05

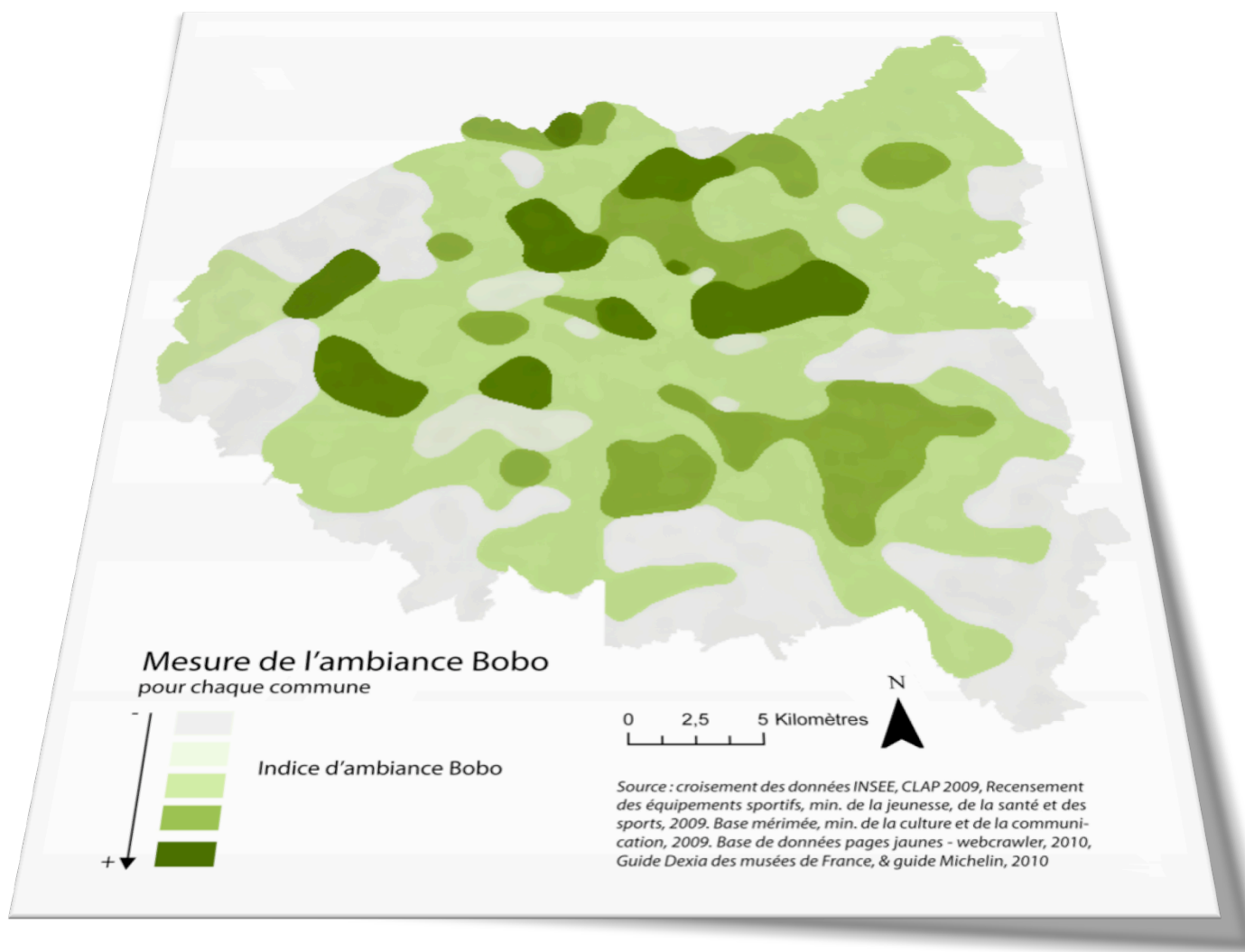
Total Expression" <0.03

Total Tradition" >0.03

Total Formalité" >0.1







Etudes d'Ambiances : Underground

FICHE D'AMBIANCE

Titre de l'Ambiance: **UNDERGROUND**

Définition courte:

Des ambiances « Underground » sont définis avant tout comme des expériences culturelles, organiser autour de l'expression de soi et de la consommation culturelle. Ils sont urbain et se définissent par leur marginalité et leur capacité à traverser des frontières spatio-temporel et normatif. Ils ont un rapport particulier au rythme de la ville fonctionnant souvent comme contrepoint au horaires de travail et transport qui régule la vie de la majorité des citoyens.

Équipements indicatifs:

Créateurs de bijoux gothiques

Squats d'artistes

Séances de ciné underground

Librairies libertaires, disquaires barrés, Collectionneurs de séries Z

Galeries d'art interlopes et cabinets d'amateurs excentriques

Séances de tarot divinatoire

Boutiques érotiques ou ésotériques pas toc

Soirées médiévales

Cercles d'artistes radicaux, de joueurs de billards ou de poker acharnés

Épiceries étranges¹⁴⁵

Recette des dimensions:

Self-Expression++

Transgression++

Ethnic+

Formal--

State--

Corporate--

Tradition—

Informations complémentaires:

Bibliographie:

Antoine Besse, *Paris underground* (2010)

Paris underground propose un survol aussi large que possible des lieux parisiens hors normes. Certains rentrent véritablement dans les « canons » de l'underground, notamment les antres punks, les squats artistiques et les bars gothiques bizarres. D'autres illustrent davantage la diversité des initiatives des Parisiens un peu déjantés. Être underground, c'est aussi aimer les endroits différents, où la passion remplace la rentabilité. C'est pourquoi vous y trouverez également des boutiques ésotériques, des clubs confidentiels, des concerts improbables...

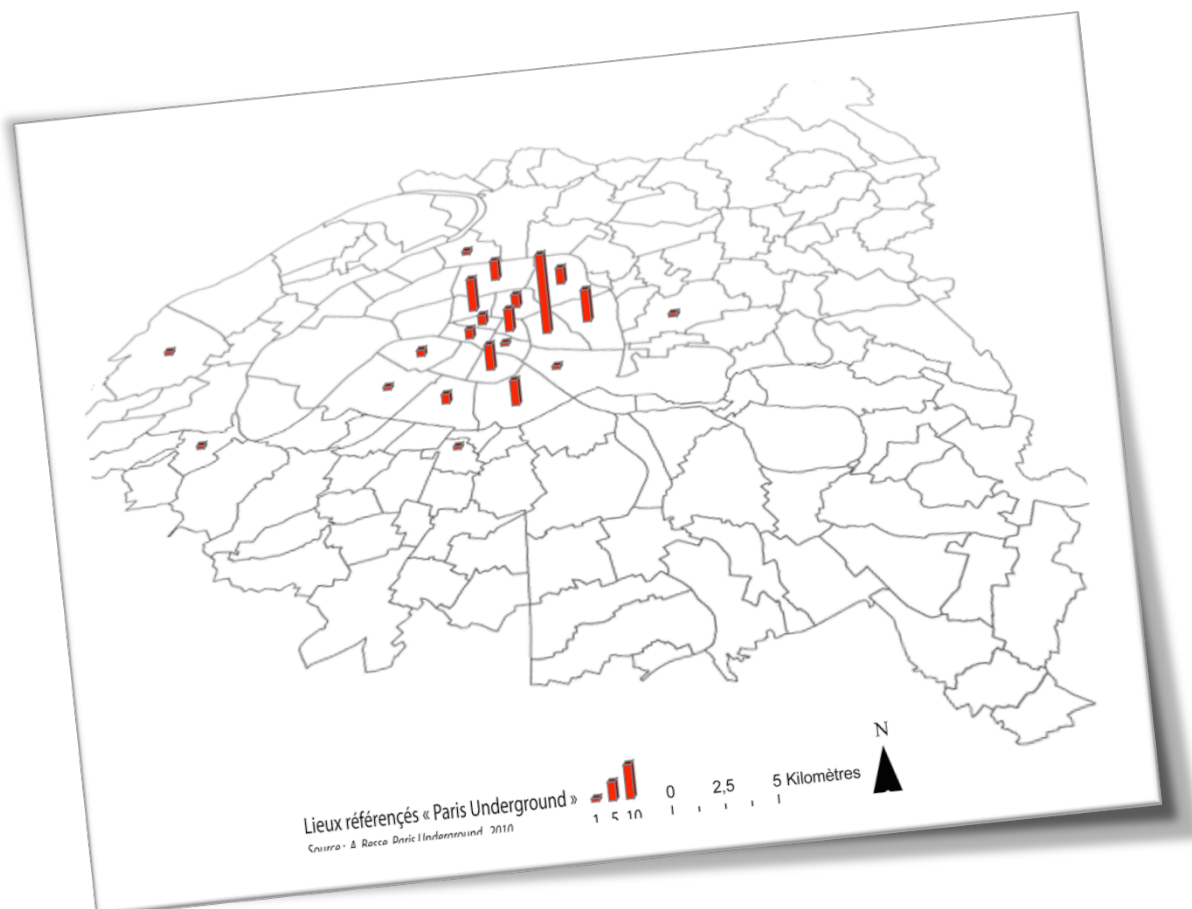
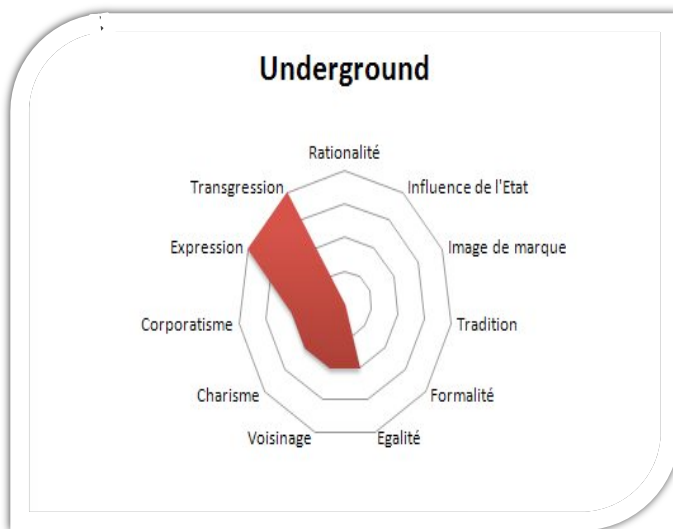
what underground scene stereotype are you?¹⁴⁶

<http://quiz.myspace.com/myspace/Music/9096/what_underground_scene_stereotype_are_you.html>

¹⁴⁵ Cette liste vient du livre d'Antoine Besse, *Paris underground* (2010)

¹⁴⁶ Websearch February 24, 2010

<http://blog.sencities.com/index.php?tag/underground>

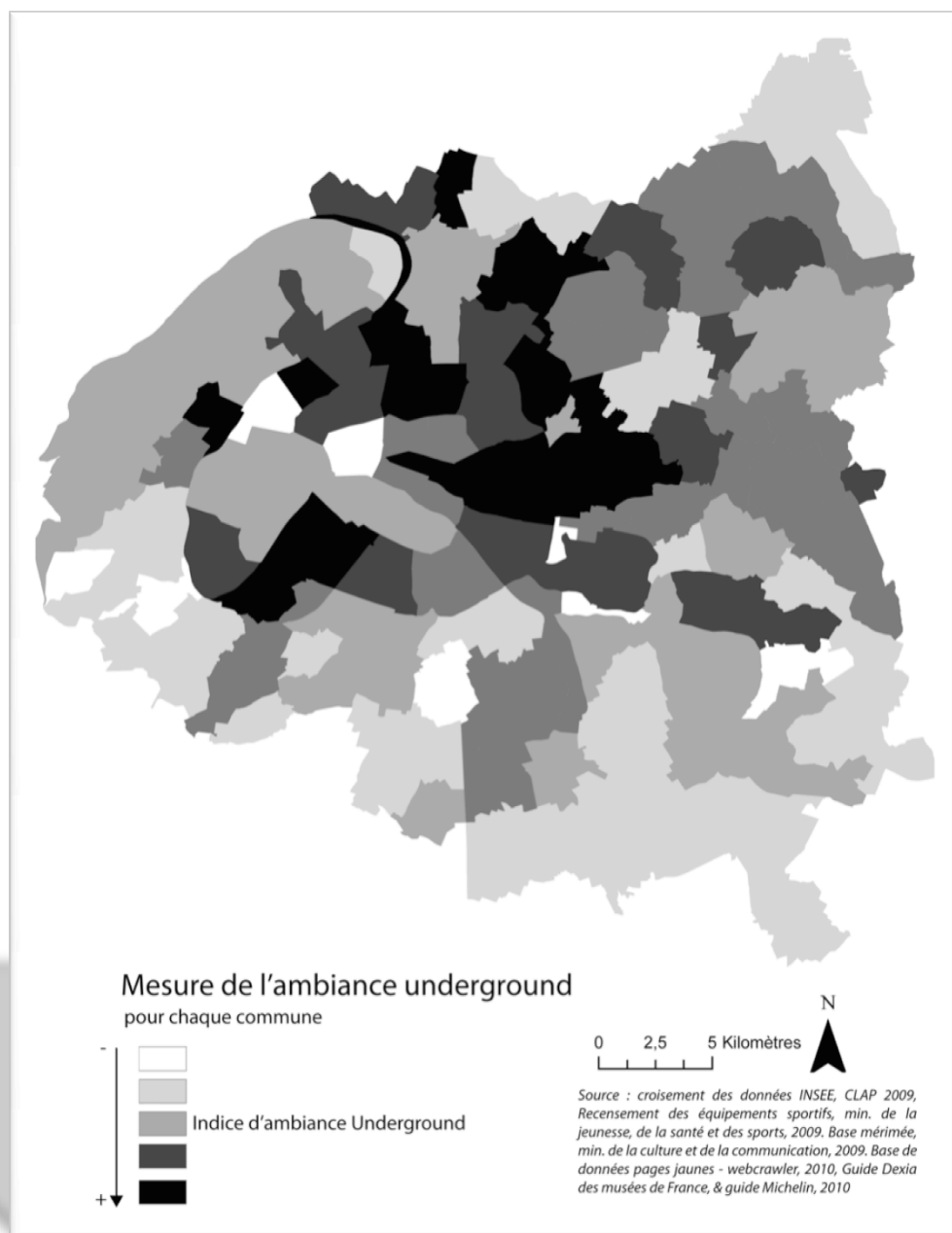


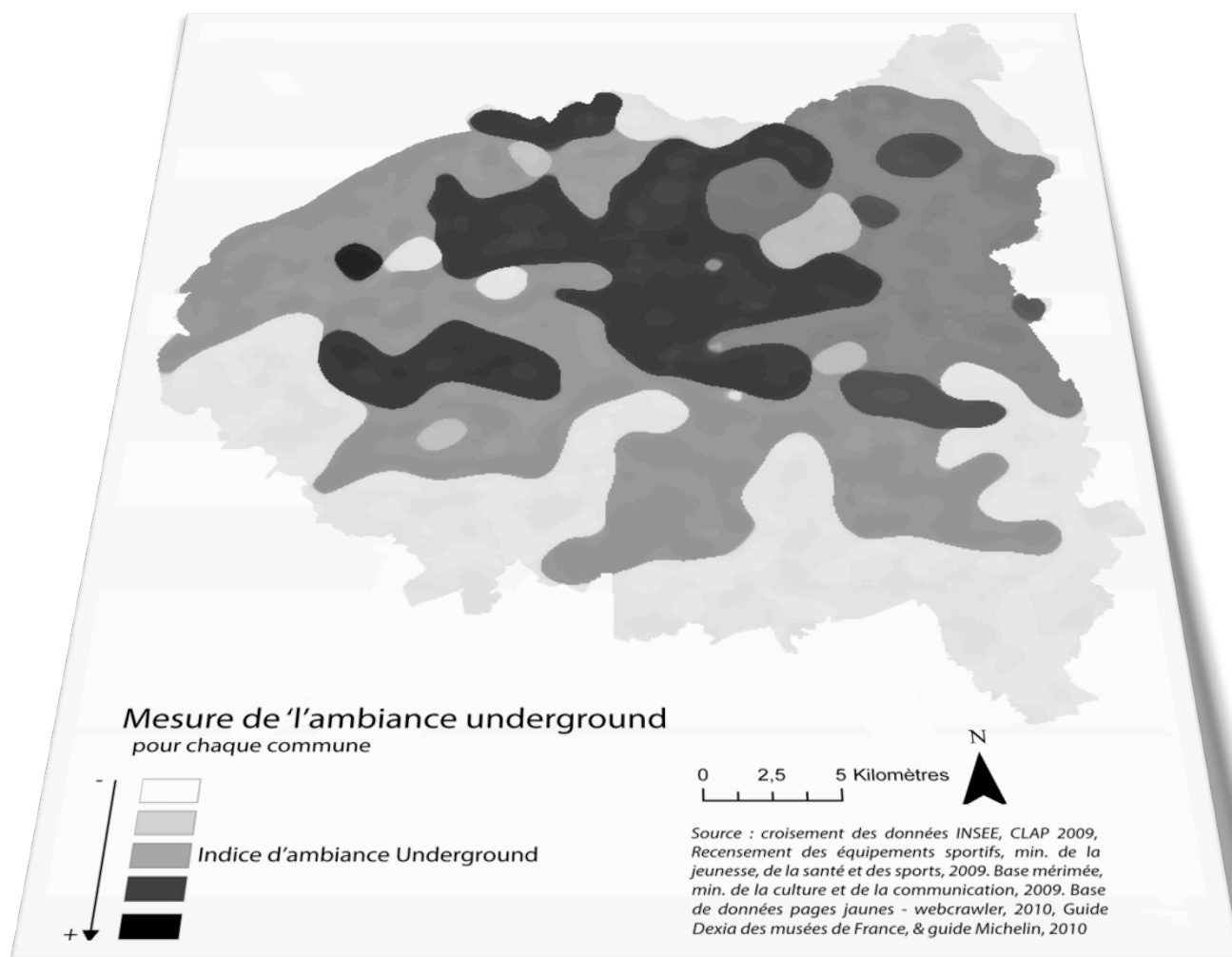
Underground

Total Expression" <-0.13
Total Transgression" <-0.12
Total Ethnicité" <0

Total Tradition" >0.03
Total Etatique" >0.1
Total Corporatisme" >0.03
Total Formalité" >0.28





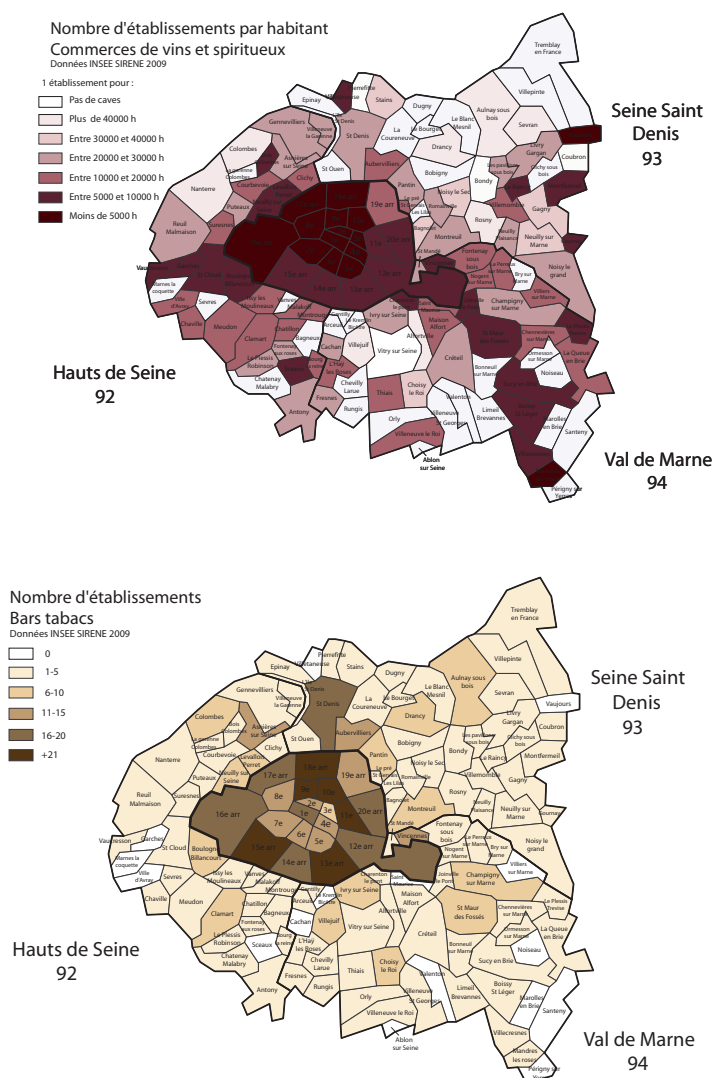


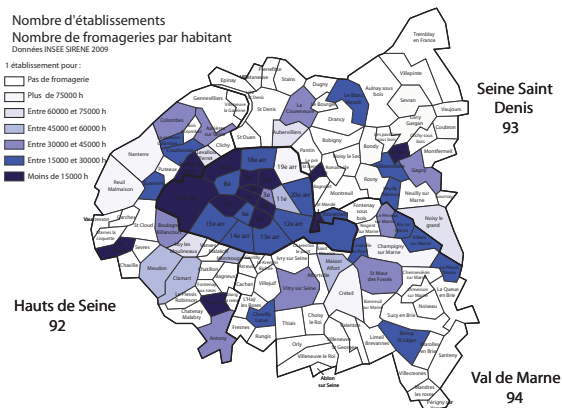
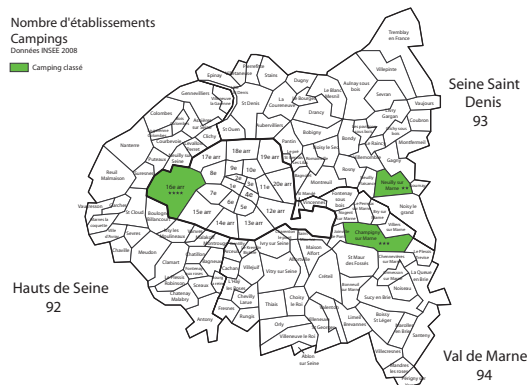
Annexe I. Un échantillon de cartes des équipements du Paris-Métropole

Cartographie : Mathias Rouet

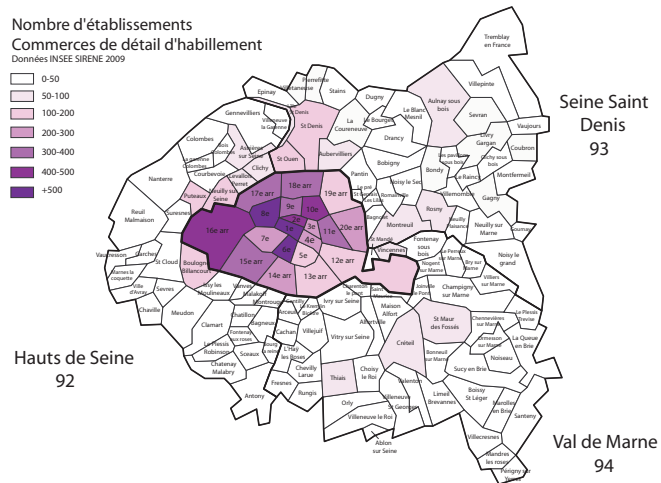
Cartographies d'équipements de la consommation culturelle en Paris Métropole

Nous avons commencé notre travail en construisant des bases de données de 150 différents commerces « culturels » dans le Paris Métropole. Par la suite nous avons cartographié une cinquantaine de ses « équipements culturels » afin de pouvoir commencer à visualiser les aspects les plus élémentaires des ambiances qui se trouve sur le terrain. Voici quelques exemples.





e



Nombre d'établissements Nombre de boulangeries par habitant

Données INSEE SIRENE 2009

1 établissement pour :

- Plus de 6000 hab.
- Entre 5000 et 6000 hab.
- Entre 4000 et 5000 hab.
- Entre 3000 et 4000 hab.
- Entre 2000 et 3000 hab.
- Entre 1000 et 2000 hab.

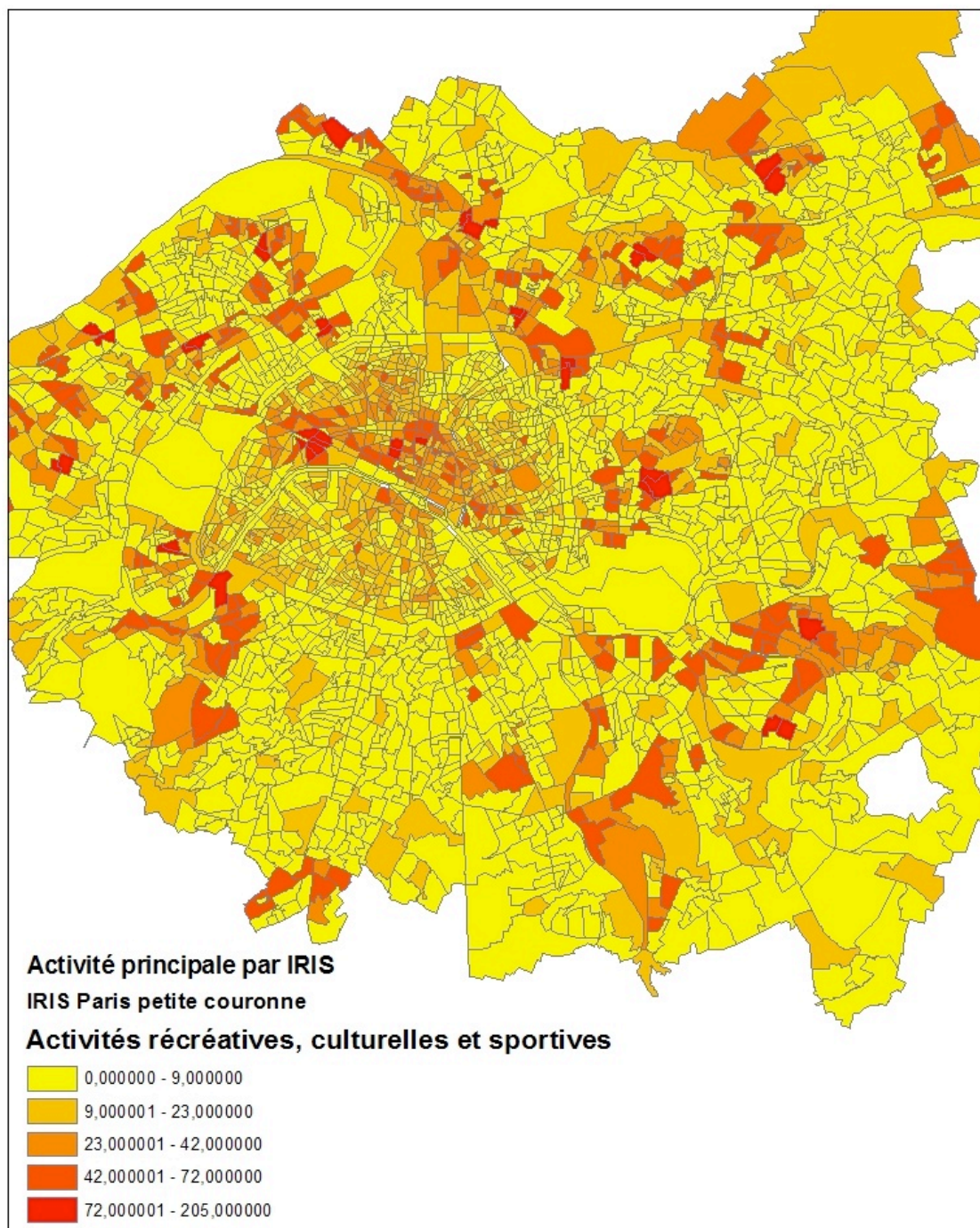
Moyenne Française :
1705 hab/boulangerieHauts de Seine
92Seine Saint
Denis
93Val de Marne
94

Nombre d'établissements Discothèques

Données INSEE SIRENE 2009

- 0
- 1
- 2-5
- 6-12

Hauts de Seine
92Seine Saint
Denis
93Val de Marne
94



Annexe II. Mesures des ambiances urbaines, le codage

Adèle Raby d'après les travaux de Daniel Silver

L'analyse de la répartition spatiale des ambiances urbaines dans le Paris Métropole est fondée sur l'utilisation de la base de données du projet « Paris 2030 une cartographie culturelle du Paris Métropole. » En considérant que la consommation culturelle promeut un sens aux individus, les auteurs de cette base de données sont partis du postulat selon lequel les équipements sont à la base de la consommation culturelle et sont la retransmission des ambiances urbaines. Pour mesurer les ambiances urbaines, il leur faut donc analyser les équipements culturels qui les composent. La construction de la base de données est divisée en plusieurs étapes. A partir du recensement des équipements dans la base APE (Activité Principale Exercée) de l'INSEE, l'équipe du projet a sélectionné les équipements ayant une influence sur les ambiances urbaines définies (en excluant par exemple l'élevage de bovins ou encore les exploitations forestières n'étant pas significatifs dans les ambiances urbaines du Paris Métropole). A partir de cette liste d'équipements sélectionnés, chaque équipement a été codé en fonction de son action dans l'ambiance urbaine. Le codage allant de 1 à 5, 1 signifiant un poids négatif pour l'ambiance, 5 un poids très positif et 3 la neutralité. Cette approche par codification peut néanmoins être biaisée dans la mesure où chaque équipement contribuera différemment à une ambiance suivant les individus qui le codifient. Il est donc important dans toute l'étude de prendre en compte la part de subjectivité pouvant se mêler à l'interprétation des codages.

Le codage des équipements est basé sur une technique de codage par questionnaire. Dans l'introduction, il est rappelé que le codage est de déterminer si oui ou non chaque sous-dimension joue un rôle important en déterminant un équipement en soi, et non de déterminer le degré dans lequel l'équipement s'intègre dans une dimension particulière. Le codage s'effectue en deux étapes. Premièrement, en déterminant si la sous dimension est positivement ou négativement représentée par l'équipement et, deuxièmement, en voyant combien l'équipement est essentiel ou va à l'encontre de la sous-dimension. La figure (13) explique la démarche à suivre lors du codage d'un équipement pour la sous-dimension légitimité traditionalisme.

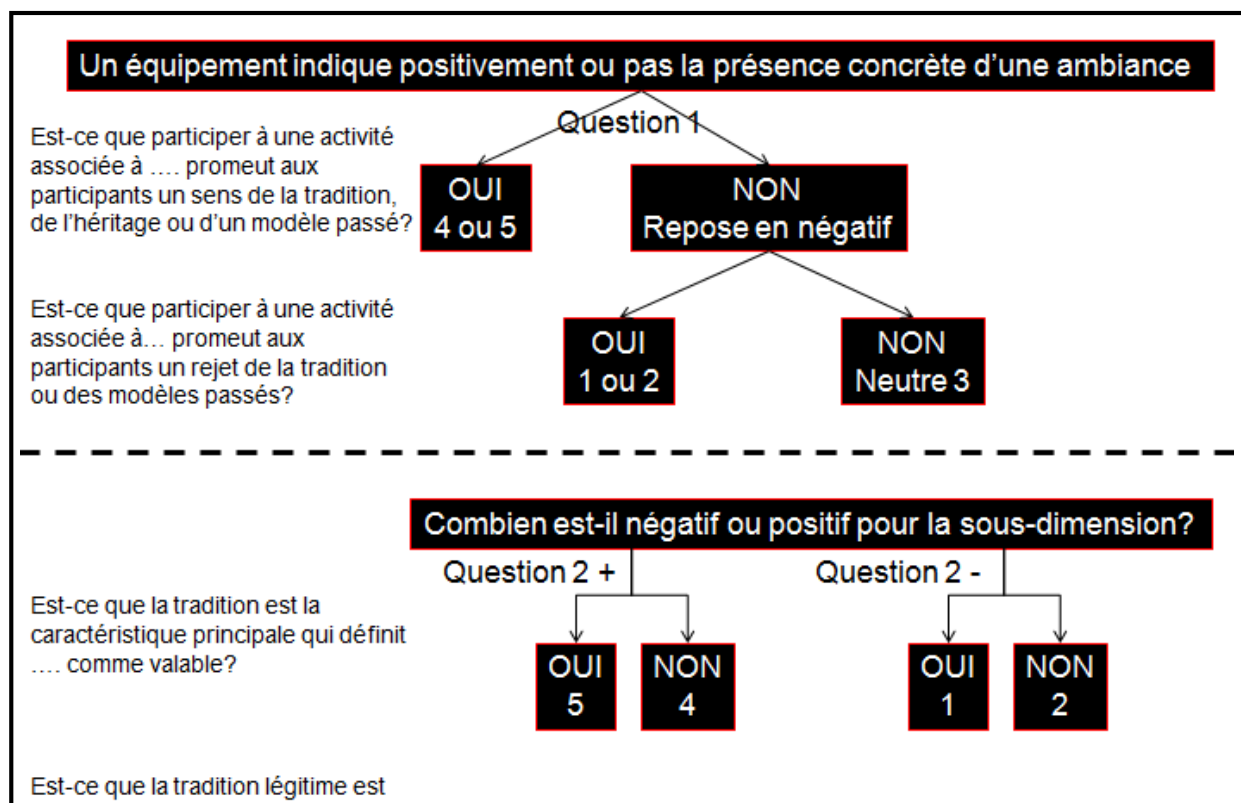


Figure 14 : Procédure du codage.

Procédés de construction de la base de données :

1) Détermination du poids d'un équipement par sous-dimension (d'après le manuel de codage) :

CODAGE			
Équipement/ambiance	TRADITION	CHARISME	UTILITARISME
BOULANGERIE	5	3	5
BIJOUTERIE	4	5	2
FAST FOOD	1	3	5
...	...	...	...

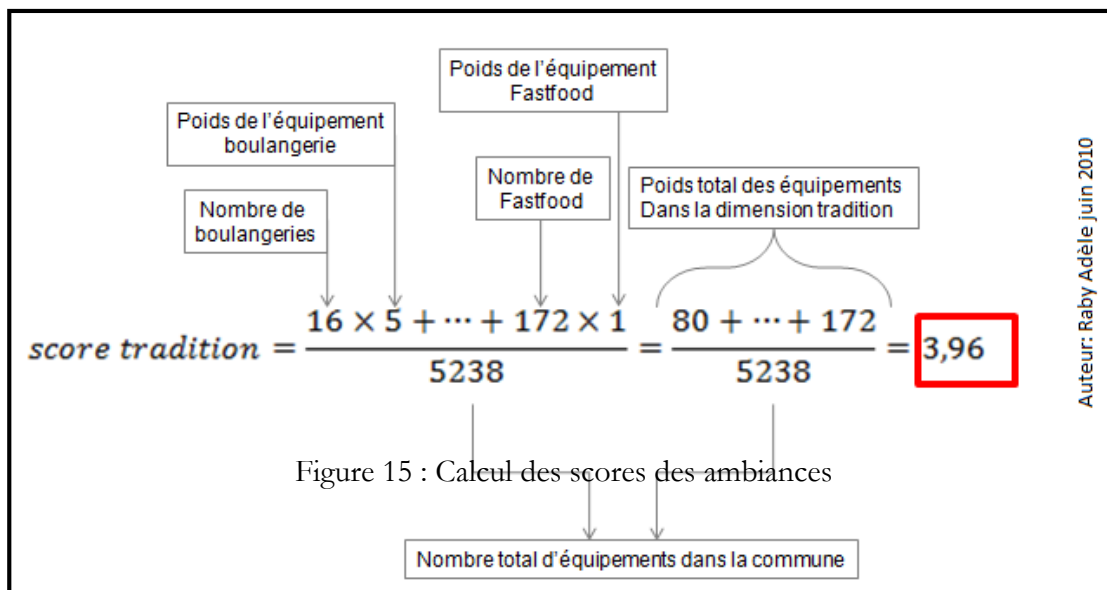
2) Recensement du nombre d'équipements par commune :

NOMBRE D'EQUIPEMENTS PAR COMMUNE			
	PARIS 1	ANTONY	AUBERVILLIERS
BOULANGERIE	16	17	41
BIJOUTERIE	59	3	3
FAST FOOD	172	30	86
...	...	...	...
TOTAL EQUIPEMENTS	5238	1037	1274

3) Calcul du poids total des équipements dans chaque commune :

PARIS 1	tradition	charisme	utilitarisme
boulangerie	$16 \times 5 = 80$	$3 \times 17 = 51$	$41 \times 5 = 205$
bijouterie	64	15	6
Fast food	172	90	430
...	...	...	...
Poids total	20735	17220	20957
Poids total équipement/nombre total d'équipements	$20735/5238 = 3,96$	$17330/5238 = 3,29$	$20957/5238 = 4$

Exemple de calcul pour l'ambiance tradition dans la commune de Paris 1 :



Pour la commune de Paris 1, le poids de la sous-dimension tradition sera donc égal à 3,96. Pour construire la base de données dans son entier, il faut répéter ce processus pour toutes les communes et les sous-dimensions.

Bibliographie

- ALLAIN R., (2004), Morphologie urbaine, Géographie, aménagement et architecture de la ville, éditions Armand Colin, Collection U, Paris, p254.
- AMC, *Le Grand Paris, consultation internationale sur l'avenir de la métropole parisienne*, N° hors série d'AMC, Le moniteur, 2009, p200.
- AMPHOUX, Pascal, Jean-Paul THIBAUD, Grégoire CHELKOFF (sous la direction de), (2004) *Ambiances en débat*. Bernin.
- APPERT M., (2008), « Londres : métropole globale », In : Géocarrefour, vol 83/2. APUR, 2009, *Une Petite Synthèse du Grand Paris*, Paris
- APUR, (2008), Paris 21ème Siècle, Atelier Parisien d'Urbanisme, Le passage, Paris, p63.
- ARRAULT J-B., (2006) « L'émergence de la notion de ville mondiale dans la géographie française au début du XXème siècle. Contexte, enjeux et limites », In : *l'information géographique*, n°4, p6-24.
- ASCHER F., (2009), *L'âge des métapoles*, éditions de l'aube, p 389.
- AUGOYARD J-F, Les ambiances : concepts fondamentaux et problématiques interdisciplinaires, Support de cours, CRESSON - Ecole d'Architecture de Grenoble.
- AUGUSTIN, J.-P. et Louis DUPONT, eds., (2006) *Cultures Urbaines*. Paris : Harmattan.
- BAILLY A., FERRAS R. et PUMAIN D., (1995), Encyclopédie de Géographie, Economica, 2ème ed, p 369-381.
- BARRIERE A. et MARTUCCELLI D., (2005) « La modernité et l'imaginaire de la mobilité : inflexion contemporaine », In : cahiers internationaux de sociologie, n°118, p55-79.
- BASSAND M., (2001), « Les six paramètres de la métropolisation », In : cahiers de la métropolisation, N°1, Fiche débat.
- BAUDOUIN T., BERTHO, A., COLLIN M., HASS C., HERARD, M., 2007, *Jeunes métropolitains aux Halles*, Contrat de recherche CEME, Ville de Paris
- BEGUIN M. PUMAIN D., (2000), La représentation des données géographiques statistiques et cartographie, 2ème ed., Armand Colin, Paris, p192.
- BOINO, Paul, (2005). *Les services culturels au risque de la métropolisation*. PUCA.
- BOURDIEU P. 1979, *La distinction*, Minuit, Paris
- BOURDIN, Alain « Des ambiances à l'offre urbaine, » *Espaces et sociétés*, 130, p 169-174.
- BOURDIN A.,(2005) « La « creative class » existe-t-elle ? », In : *Revue d'urbanisme*, N°344, septembre-octobre.
- BOURDIN A., (2003), « urbanisme et quartier », In : Terrain, n°41.
- BOURION C., (2005), « Le concept de représentation mentale », In : Revue internationale de psychosociologie, Volume XI. 21-38.
- BRANDELLERO, CALENGE, DAVOULT, HALBERT and WAELLISCH, 2008, «Paris, métropole creative. Clusters, Milieux d'innovation et industries culturelles en Ile de France » LATTS
- BROOKS, 2000, D. *Bobos in Paradise: The New Upper Class And How They Got There*, New York
- BROUSSKY S, 2001 *La Comédie-Française, idées reçues, Le cavalier bleu*, Paris
- BRUNET J-P., (1985), « constitution d'un espace urbain : Paris et sa banlieue de la fin du XIXème siècle à 1940 », In : Annales Economies, Sociétés, Civilisations, volume 40 n°3, p641-659.
- CAILLE Philippe, (Décembre 1982), « Équipements : les banlieues à la traîne », In: Economie et statistique, N°150, , pp. 33-43
- CAUNE J. 1999, *Pour une éthique de la médiation*, Pug, Grenoble
- CHAUDOIR, Philippe, (2005). *Culture et politique de la ville*. L'Aube.

- CLARK T. et SAWYER S., (hiver 2009-2010), « Villes créatives ou voisinages dynamiques ? Développement métropolitains et ambiances urbaines », In : Observatoire, n°36.
- CLAVAL P., (1989), « L'avenir de la métropolisation », In : Annales de géographie, t.98, n°55, pp.692-706.
- Clark, Terry N., et al., (2003). *The City as an Entertainment Machine*, Research in Urban Policy, Volume 9, 1–17, Elsevier Ltd.
- CORNU, Marcel, *Conversations avec Bobigny*, Messidor, 1989, Paris
- COURSON Jean-Pierre, (Mars 1990), « Services, commerces, équipements : un portrait robot des communes françaises », In: Economie et statistique, N°230. Communes, métropoles, régions : l'espace français. pp. 31-45.
- CUCHE D., (2004), La notion de culture dans les sciences sociales, la découverte 3ème ed., Paris, p123.
- DAVEZIES L., (2009), « La métropole parisienne : une maladie orpheline ? » In : Espaces et sociétés, n°136-13, p.219-227.
- DELEUZE G., (1985), *L'image-temps*, les éditions de minuit, Paris, p378.
- DELPORTE J.,(2005), « Villes créatives », In : Quartier Libre, vol. 13, n°6, 16 nov.
- DI MEO G., (2008), « La géographie culturelle : quelle approche sociale ? », In : Annales de géographie, n°660-662, édition Armand Colin, p 47-66.
- ESTEBE P. et LE GALES P., (2003), « La métropole parisienne : à la recherche du pilote ? », In : *Revue française d'administration publique*, n°107, p345-356.
- FERRIER J-P., (2001), « Pour une théorie (géographique) de la métropolisation », In : cahiers de la métropolisation, N°1, Fiches débat.
- FILLERON J-C., (2005), « Paysage, pérennité du sens et diversité des pratiques », In : nouveaux actes sémiotiques, actes de colloques, Paysages et valeurs : de la représentation à la simulation.
- FISCHER, Claude, (1995). "The Sub-cultural Theory of Urbanism: A Twentieth-Year Assessment." *American Journal of Sociology* 101: 543-577.
- FLEURY L, *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*, Armand Colin, 2008, Paris
- FLORIDA R, (avril 2004), « La revanche des eteignoirs ».
- Florida, Richard, (2002). *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books/Perseus.
- FOGLIA M., (2009), « Dis-moi où tu habites, je te dirai si tu es créatif », In : Europe, terre d'innovation, Rue89, 21 janv.
- FOURCAULT.A (sous la dir.), 1992, *Banlieue rouge, 1920-1960*, Autrement n°18
- FOURCAULT. A, 1986, *Bobigny, banlieue rouge*, Les éditions ouvrières
- FOURCAULT A., BELLANGER E. et FLONNEAU M., (2007), Paris/banlieue, conflits et solidarités, éditions Créaphis.
- GALIBERT C., (2004), « L'acteur et le local, pour une approche transdisciplinaire du quotidien », In : Sociétés, n°86.
- GHORRA-GOBIN C., (2007), « Une ville mondiale est-elle forcément une ville globale ? Un questionnement de la géographie française », In : l'information géographique, n°2, p 32-
- GILLI F. et CHEMETOV P.,(2006) , Une région de projets :*l'avenir de Paris*. Collection Travaux (n° 2), DIACT.
- GILLI F. et OFFNER J-M., (2008), Paris, Métropole hors les murs, les presses de Sciences Po, Paris, p184.
- GLAESER, E., KOLKO, J., and SAIZ, A., (2001). "Consumer City," *Journal of Economic Geography* 1.
- GOFFMAN E. et al, (1991), *Les cadres de l'expérience*, les éditions de minuit, Paris, p573.
- GOFFMAN E. ACCARDO A., (1973), La mise en scène de la vie quotidienne, les éditions de minuit, Paris, p251.
- GOFFMAN E., (1974), *Les rites d'interaction*, les éditions de minuit, Paris, p230.

- GRESILLON B., (2008), « Ville et création artistique. Pour une autre approche de la géographie culturelle », In : Annales de géographie, n°660-661, p179-198.
- HALLEUX J-M, (2001), « Evolutions des organisations urbaines et mobilités quotidiennes : espace de référence et analyse des processus », In : *L'Espace Géographique*, n°1, p67-80.
- HAZAN E., (2004), *L'invention de Paris*, éditions du Seuil, Paris, p480.
- HILL R., (2004), « Villes et hiérarchies imbriquées », In : *Revue internationale des sciences sociales*, N°181, p417-430.
- HOYMAN M. et FARICY C, (janvier 2009), "It Takes a Village: A Test of the Creative Class, Social Capital and Human Capital Theories", In: *Urban Affairs Review*.
- HUHN R. et Morel R., (2003), « Le territoire urbain », In : *Terrain*, n°41.
- JEANNE M., (2009), « Paris, un enjeu capital », In : *Hérodote*, n°135, La découverte.
- JOURDAN S., (2008), « Richard Florida, Cities and the creative class », In: *Méditerranée*, n°111
- KAUFMANN V., (2005), « Mobilités et réversibilités: vers des sociétés plus fluides? », In : *Cahiers internationaux de sociologie*, n°118, p. 119-135.
- KAUFMANN V, 2002, *Re-thinking mobility*. Burlington : Ashgat
- LABUSSIÈRE O, (2009), « Éléments pour une symptomatologie des ambiances urbaines », In : *Articulo*, Hors série n°2.
- LARCENEUX A. et BOITEUX-ORAIN C., (2006), *Paris et ses franges : étalement urbain et polycentrisme*, éditions Universitaires de Dijon, collection Sociétés, Dijon, p270.
- LAURENT J., 1955, *La République des Beaux-Arts*, Julliard, Paris
- LEVY J., (2008), « La géographie culturelle a-t-elle un sens ? », In : *Annales de géographie*, n°660-661, p27-46.
- LUCCHINI, Françoise, (2002). *La culture au service des villes*. Paris : Economica.
- MALANGA S.,(2004), "The Curse of the Creative Class: A New Age theory of urban development amounts to economic snake oil", In: *The Wall Street Journal*, 19 janvier 2004.
- MARCHAND B., (1993), *Paris, histoire d'une ville XIXème-XXème siècle*, éditions du seuil,
- MASCLET O, 2004, *La gauche et les cités, enquête sur un rendez vous manqué*, La dispute, Paris
- MICHEL X., (2007) «Paysages urbains: prémisses d'un renouvellement dans la géographie française, 1960-1980. », In : *Strates*. N° 13.
- Ministère de la culture, Direction de la musique, de la danse, du théâtre et des spectacles, 2008, *Les publics du spectacle vivant*, Repère DMDTS n°4, Paris
- MOLINA G., et al, (2007), « Géographie et représentations : De la nécessité des méthodes qualitatives », In : *Recherches Qualitatives*, Hors série n°3, actes du colloque Bilan et perspectives de la recherche qualitative
- MONTULET B., (2005), « Au-delà de la mobilité : des formes de mobilités », In : *Cahiers internationaux de sociologie*, n°118, p. 137-159.
- MOULIN, R, 1997, *L'artiste, l'institution et le marché*, Flammarion, Paris
- OFFNER JM. 1993, *Les « effets structurants » du transport : mythe politique, mystification scientifique*,
- OFFNER J-M.,(nov. 2007), « Le Grand Paris », In : problèmes politiques et sociaux, n°942, la documentation française, Paris, p120. LATTS, Paris
- PAQUOT T., 2003 – « Le Grand Paris : préhistoire d'une ambition », In problèmes politiques et sociaux, n° 942, La documentation française, Paris, p. 26-28.
- PANERAI P, 2008, *Paris Métropole, formes et échelles du Grand Paris*, éd. de la Villette, Paris
- PARTOUNE C., (2004), « la dynamique du concept de paysage », In : *Revue Education Formation*, n°275, 20p.
- PAULET J-P., (2002), *Les représentations mentales en géographie*, Paris, Anthropos, coll. Géographie.
- PILATI T. et TREMBLAY D-G., (avril 2007), « Cité créative et District culturel ; une analyse des thèses en présence », In : *Géographie, économie, société*, Volume 9.
- PINOL J-L. et GARDEN M., (2009), *Atlas des Parisiens, de la révolution à nos jours*, éditions Parigramme, Paris, p287.

- ROCHE S. et CARON C., (2001), « Vers une typologie des représentations spatiales », In : *L'Espace géographique*, tome n°30, p1-12.
- RONAI S., (2009), « Marseille : une métropole en mutation », In : *Hérodote*, n°135, La découverte.
- SAWYER S. (2010), *Rapport de recherche intermédiaire Paris métropole culturelle pour la mairie de Paris*, - American University of Paris et Université Paris 1-Panthéon Sorbonne.
- RIEUNIER, Sophie (sous la direction de) (2006), *Le marketing sensoriel du point de vente. Créer et gérer l'ambiance des lieux commerciaux*, Paris, Dunod.
- SAINT-JULIEN Th. et LE GOIX R., (2007), *La métropole parisienne, centralités, inégalités, proximités*, éditions Belin, Paris, p333.
- SAWYER, Stephen et Terry Clark (2009) "Villes créatives ou voisinages dynamiques? Développement métropolitain et ambiances urbaines." *L'Observatoire. La Revue des politiques culturelles*, n. 36. pp 44-49.
- SCOOT A., (2001), *Global City-Regions Trends, Theory, Policy*, Oxford University press, p 468.
- SCOOT A., (2006), « Creative cities: Conceptual issues and policy questions », In: *Journal of Urban Affairs*, n°28, pp. 1-17.
- SCOOT A.J., STORPER M., (2006), « Régions, mondialisation et développement », In : SCOOT A. et LERICHE F., « Les ressorts géographiques de l'économie culturelle : du local au mondial », In : *l'Espace Géographique*, n°34, p207-222. *Géographie Economie Société*, Vol 8, p 169-192.
- SCOTT, A. J., (2000). *The Cultural Economy of Cities*. London: Sage.
- SIINO C., LAUMIERE F. et LERICHE F., (2004) *Métropolisation et grands équipements structurants*, Presses Universitaire du Mirail, col Villes et territoires, p305.
- SILVER, Daniel, Terry N. CLARK and Clemente Jesus NAVARRO YANEZ (2010). "Scenes: Social Context in an Age of Contingency." *Social Forces* 88: 2293-2324.
- SUBRA P., (2009), « Le Grand Paris, stratégies urbaines et rivalités géopolitiques », In : *Hérodote*, n°135, La découverte.
- SUBRA P., (2009), *Le Grand Paris*, Armand Colin, collection « 25 questions décisives », Paris, p160.
- THIBAUD J-P., (automne 2007), « l'ambiance, chemin faisant, vers une perspective internationale », In : *culture et recherche*, n°113, p. 31-32.
- TIXIER N., (automne 2007), « l'usage des ambiances », In : *culture et recherche*, n°113, p. 10-11.
- TORRE A., (2009), « Retour sur la notion de Proximité Géographique », In : *Géographie Economie Société*, vol 11, p63-75.
- VIALA G. et al, (2009), *Economie créative. Une introduction*, ouvrage collectif, Bordeaux, Institut des Deux Rives/Mollat.
- VINSONNEAU G., (2002), « Le développement des notions de culture et d'identité : un itinéraire ambigu », In : *Carrefours de l'éducation*, n° 14, p. 2-20.
- VIVANT E., (novembre 2006), « La Classe créative existe-t-elle ? », In : *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n° 101 « Economies, connaissances, territoires », pp. 155-161.
- VIVANT E. 2009, *Qu'est ce qu'une ville créative ?*, PUF, Paris
- WARESQUIEL (de) 2001, E. *Dictionnaire des politiques culturelles*, Larousse CNRS, Paris
- WEBER M. et al, (1982), *La ville*, Aubier-Montaigne, Paris, p218.
- ZUKIN, Sharon, (1995). *The Cultures of Cities*. London: Blackwell.