



L'Europe des Projets Architecturaux et Urbains

Groupement d'Intérêt Public

# POPSU Plate-forme d'Observation des Projets et Stratégies Urbaines

**COLLOQUE DU 30 SEPTEMBRE 2009**

**LILLE METROPOLE**

**LABORATOIRE DU RENOUVEAU URBAIN**

**RETRANSCRIPTION DES DEBATS**

**13h45 – 16h00 : Vers l'économie créative ?**



Avec le soutien de :



## *Vers l'économie créative ?*

**Animation : Didier Paris, enseignant-chercheur à l'Université de Lille 1 – Sciences et technologies**

La règle du jeu par rapport aux sept colloques PUCA était que chaque ville choisisse une thématique particulière, outre le rendu relatif aux territoires que nous avons notamment abordé ce matin. Il nous est apparu comme naturel de choisir le thème du développement économique pour ce qui concerne Lille Métropole, dans la mesure où nous sommes là sur une agglomération bien particulière qui est née de la révolution industrielle, qui a été traversée par des mutations économiques très importantes et où l'enjeu de la création d'emplois et de richesses est extrêmement important.

Je parlais tout à l'heure, concernant les transports, de la clé de voûte du discours métropolitain autour de l'accessibilité, mais l'économie est également une autre clé de voûte du discours métropolitain dans cette métropole parce qu'il y a un impératif de création d'emplois par rapport à des situations sociales qui ne sont pas forcément toujours faciles pour tous, et par ailleurs la nécessité d'envisager la mutation d'une économie qui vient d'activités traditionnelles, autour du textile notamment mais pas seulement. C'est ce sur quoi nous allons réfléchir cet après-midi autour de cette notion d'économie créative.

La question doit être replacée dans son contexte. Lille Métropole est une agglomération industrielle à l'origine, dans une région elle-même industrielle, avec les mines, avec la sidérurgie, donc dans un contexte peut-être un peu difficile pour faire émerger une nouvelle économie, que nous avons appelée cet après-midi économie créative.

Un dispositif a été mis en place depuis quelques années autour des pôles de compétitivité, politique nationale lancée par l'ex-DATAR, la DIACT. Il y a plusieurs divisions dans les pôles de compétitivité, il y a les pôles de compétitivité de niveau mondial autour des nanotechnologies à Grenoble, mais aussi à Lyon et en région parisienne. Au niveau local, nous avons développé des pôles d'excellence, dont Eurasanté et Euratechnologies. Nous voyons très bien cette stratégie qui vise à essayer de produire de nouveaux lieux de l'économie autour d'une nouvelle économie. Autour de la question économique, il y a également la question du foncier qui est un sacré problème dans cette métropole.

**Gilles Crague, enseignant-chercheur à l'Université Paris-Est Marne-la-Vallée**

L'économie créative, qu'est-ce que c'est ? Je vous propose d'examiner comment la notion de créativité peut être mobilisée quand on s'intéresse aux dynamiques urbaines et à quoi cela renvoie quand on pense créativité et rapports avec la ville, notamment quand on essaie de réfléchir à l'intervention économique locale ou métropolitaine.

De mon point de vue, on peut distinguer deux grandes manières d'envisager cette notion de créativité. La première est celle de Richard Florida. On peut d'abord noter que la notion développée par Florida n'est pas celle d'« économie créative », mais de « classe créative ». L'objectif de Florida est le suivant : il s'agit d'expliquer la croissance et le développement urbain et il met en œuvre un raisonnement typique d'une approche de modélisation statistique : on a une variable à expliquer, le développement urbain, et on cherche des variables explicatives. Sa principale contribution est d'avoir trouvé une variable explicative du développement urbain, qu'il désigne sous la notion de « classes créatives ». Il serait peut-être plus parlant de faire référence à ce qu'il appelle la théorie des 3 T (technologie, talents, tolérance) : chacun de ces « T » représente un des facteurs explicatifs du développement urbain : la technologie est un facteur assez classique, la croissance économique est tirée par la

technologie ; ensuite il y a les talents, c'est l'idée de capital humain, car on sait depuis assez longtemps que ce qui fait le développement urbain et le développement économique d'une ville c'est son capital humain ; le troisième T c'est le T de tolérance, c'est cela l'apport spécifique de Florida.

Son idée est que le premier et le deuxième T (technologie + talents) sont des flux, des choses qui bougent, et ce sont eux qui engendrent la créativité. Ils forment comme des sortes de particules de créativité qui circulent. L'objectif d'une intervention publique urbaine consiste alors à attirer ces particules en mouvement. Comment faire pour les attirer ? C'est là qu'intervient le troisième T (tolérance) : il faut jouer sur la qualité urbaine, l'ouverture d'esprit, la tolérance. Tout le travail de Florida a essayé de trouver un certain nombre d'indicateurs destinés à mesurer cette propriété de l'espace urbain qu'il met sous cette dénomination de tolérance.

L'objectif pour une ville est donc d'attirer ces particules de créativité que sont les talents. Pour cela, il faut travailler sur la qualité de l'environnement urbain qui va permettre de les attirer. C'est un peu une révolution dans le domaine des politiques de développement économique local puisqu'il ne s'agit plus d'attirer les entreprises, de donner des subventions, d'aménager des zones industrielles, mais d'attirer des personnes physiques.

Florida propose donc une première manière d'envisager les rapports entre ville et créativité. La deuxième manière de penser le rapport entre créativité et ville se loge selon moi dans les points aveugles du cadre analytique élaboré par Florida – ce dont Florida ne parle pas. En effet, il nous dit qui sont les personnes qui font partie de la classe créative mais il ne parle jamais de leur action, de leur activité. C'est là que l'on va trouver la deuxième manière de penser le rapport entre créativité et développement urbain. Pour voir comment on peut mobiliser cette notion de créativité selon cette seconde manière, je vous propose de revenir à une définition toute simple qui se trouve dans un rapport publié en Grande Bretagne en 2005, le rapport de la *Cox Review*, qui a énormément fait réfléchir tous ceux qui s'intéressent au développement économique. Le mandat donné à cette *Cox Review*, sous la houlette du président du « Design council », était de réfléchir à la façon de rendre les PME anglaises créatives. Dans ce rapport, la notion de « créativité » est référée à deux autres notions que sont le « design » et l'« innovation ». Pour les auteurs du rapport, la « créativité » est un secteur de la société qui produit des idées, l'innovation étant elle un secteur de la société qui s'appuie sur ces idées pour créer des objets ou des prestations qui trouvent des usagers ou des utilisateurs dans la société. Comment se fait le passage entre les idées (créativité) et les inventions (innovation) ? C'est là qu'intervient le milieu du « design » qui transforme des idées, qui sont a priori non finalisées, en innovation, c'est-à-dire des idées qui s'incarnent dans des produits et des services qui sont finalisés, qui trouvent des usages.

La façon d'envisager la créativité est là complètement différente, on retrouve la vieille distinction entre invention et innovation. On peut dire qu'une innovation est une invention qui réussit, mais réussir ça veut dire quoi ? Cela veut dire trouver des usagers, engendrer des transactions marchandes qui réussissent sur le marché. La créativité c'est la production d'idées, mais il ne suffit pas d'avoir des idées pour engendrer du développement économique, il faut que ces idées suivent tout un cheminement, un processus, qui va les transformer en innovations. Là, on peut imaginer un second type d'intervention publique, c'est-à-dire une intervention publique qui sera destinée à faciliter ces processus d'organisation qui accompagnent les processus d'innovation, ceux-ci étant envisagés comme le passage d'une invention à une réussite commerciale.

## **Didier Paris**

Jean-Pierre Guillon, vous représentez ici le monde économique métropolitain lillois, comment pensez-vous que nous pouvons faire émerger ces 3 T dans une agglomération qui vient plutôt d'un tissu industriel traditionnel ?

### **Jean-Pierre Guillon, *président d'Entreprises & Cités***

J'ai été très séduit par l'exposé que nous venons d'entendre sur la tentative de définir ce que l'on peut appeler l'économie créative. Exprimer ce que nous constatons, ce qui nous semble, avec beaucoup de modestie, être de nature à impacter les comportements, passe aujourd'hui dans les explications par des néologismes. Aujourd'hui, dès que l'on voit des gens qui nous donnent des idées simples, nous en arrivons presque à nous méfier tant un simple domaine comme la création, la créativité dans la société, passe aujourd'hui par des processus complexes dont on vient de nous donner un mode d'explicitation.

Je crois que ceci vient du fait que nous sommes en rupture culturelle et que tous les modes de communication que nous avons les uns et les autres, suivant les cultures dans lesquelles nous sommes, sont hétérogènes et nous poussent indirectement à des exercices de connivence entre acteurs pour que nous puissions parler de la même chose.

Que constatons-nous par rapport à cela ? Oui, nous sommes confrontés à un phénomène d'attractivité extrêmement fort, et même plus important qu'on ne l'imagine, car les acteurs économiques appartiennent tous aujourd'hui à de multiples réseaux d'attractivité. Il faut séduire des cadres, séduire des gens rares, séduire des investisseurs, maîtriser des processus, les mettre au contact, et le mode d'entrée de cet amalgame n'est plus lié à une cellule identifiable. Je ne sais plus exactement, dans l'économie moderne, quelles sont les limites de l'entreprise, je me pose même la question de la limite : où est-ce que cela commence et où est-ce que cela finit ?

Dans la culture traditionnelle, c'était assez simple, il y avait, en référence au théâtre classique, une unité de lieu, une unité de temps et une unité d'action. Aujourd'hui, il y a rupture des trois unités. On a tendance à enfermer l'entreprise dans un mode, chacun par rapport à sa culture, or je pense qu'aujourd'hui l'entreprise est extrêmement étendue – les fournisseurs font partie de l'entreprise, tout comme les clients, indirectement, l'actionnariat et les collaborateurs évidemment – et que tout cela est en rupture par rapport à ce que nous connaissions autrefois.

La ville est, de notre point de vue, le mécanisme le plus indiqué ou remarqué comme étant facteur de synthétiser l'ensemble de la complexité en question. Lorsque nous regardons dans le monde où est-ce que l'ensemble des acteurs se prédestinent, ce n'est pas dans les régions ou les départements, c'est dans les villes. Cette ville n'est pas forcément la ville internationale, c'est la ville. Le mécanisme urbain est aujourd'hui le mécanisme le plus synthétiseur d'attractivité, dont l'entreprise n'est qu'un des rouages.

Nous pensons qu'il y a une erreur sur le terme innovation, car l'innovation ce n'est pas uniquement l'innovation technologique, ce n'est pas la problématique de passer de la manufacture à, pour reprendre l'expression d'Hervé Serieyx, la « cervofacture », ce n'est pas uniquement le processus de la haute valeur ajoutée, ce sont les milieux ambiants. Cela revient encore à une conception de la ville : il y a des endroits où il est plus facile que dans d'autres, indirectement, de faire converger à un moment donné, dans une culture de la complexité, dans une culture du réseau, un projet qui interpelle toute une série d'acteurs dont la culture globale est de nature entrepreneuriale. Cela veut dire que je différencie l'entreprise de la culture entrepreneuriale. Je connais des entreprises qui ont un manque de culture entrepreneuriale, je connais des acteurs dans la société qui ont une culture entrepreneuriale, mais toute la problématique est qu'il y a des endroits où ces cultures entrepreneuriales convergent indépendamment des autres positionnements que nous avons et qui permettent d'avoir une satisfaction plus globale des besoins qui s'expriment dans une société, que ce soit en matière

de culture, d'emploi, d'accessibilité à l'emploi, de flexibilité sur l'organisation des vies familiales, des vies de groupe, etc.

Nous sommes acteurs, et depuis très longtemps en ce qui concerne Entreprises & Cités, de l'expérience urbaine. Nous nous sommes d'ailleurs introduits dans l'expérience urbaine puisqu'il y a trente ans nous avons décidé de regrouper l'ensemble des acteurs économiques sur un campus dont le message était la naissance du concept métropolitain puisqu'ils quittaient Roubaix pour s'installer au cœur de Lille-Roubaix-Tourcoing dans une vision, déjà, de métropolisation. Pour nous, le phénomène métropolisation est un phénomène d'amalgames continus qui conduit au développement des villes dans le monde.

## **Didier Paris**

Nicolas Millet, du point de vue de l'économie créative et de la mise en œuvre de la créativité à travers les réalisations et projets urbains liés à l'économie, comment caractérisez-vous ce qui se passe à Lyon ?

### **Nicolas Millet, *directeur des stratégies territoriales à la CCI de Lyon***

Je vais donner trois exemples sur la question de la créativité et de la dynamique métropolitaine. Le premier exemple traite de la question de la créativité au travers de sa dimension organisationnelle. Comme l'a rappelé Jean-Pierre Guillon, il y a un milieu créateur et, pour qu'il y ait un milieu créateur, il faut qu'il y ait également une gouvernance, un pilotage. Le deuxième élément de la créativité porte sur la visibilité et sur ce que certains appellent le marketing territorial, voire le « City Branding ». Le troisième élément de la créativité c'est la créativité des contenus proprement dits.

Sur la créativité par l'aspect organisationnel. C'est ce que l'on appelle depuis 1998 « Grand Lyon, l'esprit d'entreprise » qui est le rassemblement autour du PRES des deux chambres consulaires des métiers d'industrie et des services, des deux syndicats patronaux et du Grand Lyon, qui est une instance de réflexion stratégique. C'est une initiative qui aborde les enjeux de création d'entreprises, les enjeux de créativité, les enjeux d'intelligence territoriale avec un observatoire partenarial, les enjeux de promotion avec un terme qui peut faire débat mais qui visuellement fonctionne bien, qui est le terme OnlyLyon. Puis d'autres initiatives qui permettent que ce milieu créateur ait une gouvernance et un certain nombre d'échos, même si, sur ce sujet-là, nous avons des marches à gravir car il y a des sujets sur lesquels il faut continuer à travailler.

Un deuxième exemple sur la créativité du marketing au niveau territorial. Dans le cadre du « Grand Lyon, l'esprit d'entreprise », nous avons mis en place des stratégies, comme toutes les grandes métropoles, sur des pôles de compétitivité ou des clusters puis sur les CleanTech, mot qui ne dit rien quand on vient de l'extérieur. On a donc introduit un élément à l'initiative des entreprises qui ont mis en place une sorte de fédération dans un secteur que nous avons baptisée CityTech pour la fabrication de la ville et les sept grands métiers de la fabrication de la ville – nous pensons en effet qu'il y a autant, si ce n'est parfois plus, de créativité intersecteur que de créativité à l'intérieur d'un secteur. Ces sept grands métiers sont l'architecture et l'urbanisme, y compris les bureaux d'études et les cabinets d'ingénierie, la construction et les matériaux, les transports en commun, les travaux publics, les réseaux, l'énergie et les activités dites d'embellissement, celles-ci recouvrant trois secteurs que sont les paysages et le traitement du végétal en milieu urbain, notamment la végétalisation verticale, les systèmes d'éclairage et, enfin, les fresques murales et les dispositifs d'accompagnement.

Quand nous avons rassemblé l'ensemble de ces compétences, ce qui représente quand même 37 000 à 38 000 emplois, nous nous sommes rendu compte qu'un certain nombre de pays venaient voir ce qui se passait, mais simplement sur un ou deux sites. Nous avons donc fait en sorte de monter un site e-Tech Tour de manière à ce que, quand une délégation étrangère vient

voir par exemple le métro ou le tram de Lyon, on puisse lui offrir les autres exemples dans différents métiers. Un travail se fait actuellement sur l'ensemble de ces compétences en matière de ce que les spécialistes appellent les industries des systèmes urbains.

Autre croisement avec une créativité, le premier serious game qui est un jeu vidéo d'apprentissage dans le domaine de la sécurité dans les travaux publics, que nous donnons à l'ensemble des jeunes salariés des entreprises de travaux publics. C'est le croisement entre la compétence des travaux publics et la compétence de l'image 3D, le but étant de créer des rencontres qui ne sont pas naturelles, les milieux créateurs ne rencontrant pas nécessairement les gens de l'image et les gens des travaux publics.

Autre exemple, la première inauguration d'une fresque dans une ville du sud de Lyon, Irigny, qui va combiner la peinture, l'éclairage et la végétalisation verticale. Ces trois secteurs se sont rencontrés pour faire une composition urbaine originale.

Nous sommes là sur des éléments de rencontre, de croisement, au-delà même des simples fonctions des clusters ou des pôles de compétitivité, qui sont aussi la rencontre des grands groupes et des PME, rencontre qui n'est pas naturelle et doit être travaillée.

Le dernier point sur la créativité est ce que l'on appelle les industries créatrices autour de l'image. Ce que l'on voit aujourd'hui à Lyon c'est qu'il y a d'une part des propositions anciennes de captation d'investisseurs, notamment au travers de longs métrages, je parle là de Rhône-Alpes Cinéma, et, d'autre part, tout un réseau de TPE et PME dans le domaine de l'image qui ont parfois du mal à se connecter avec ces grands réseaux nationaux. Nous essayons de voir comment insuffler une dynamique à ce secteur composé d'un tissu de TPE et d'entreprises unipersonnelles. Je pense que l'animation de la complexité c'est l'hybridation des compétences. J'ai la conviction qu'il faut que l'on parte du métier de comédien, pour aller vers le métier de scénariste et enfin vers le métier de réalisateur. C'est bien la composition des trois – on le voit dans l'exemple d'Alexandre Astier avec Kaamelott – qui permet d'arriver à ces industries créatives.

### **Didier Paris**

Je retiens que quand on fait des espaces publics, on fait du développement économique ; quand on peint des fresques murales, on fait du développement économique ; quand on joue à un *serious game*, on fait du développement économique. On voit bien là les changements de paradigmes en matière de développement sur nos territoires, et en particulier nos métropoles. Il y a vingt ans, le rôle des chambres de commerce était principalement l'aménagement des zones d'activités, souvent périphériques. Nous sommes là sur autre chose, sur la complexité, sur des tissages beaucoup plus fins.

André Delpont, comment traitez-vous ce sujet de l'économie créative sur Bordeaux ?

### **André Delpont, directeur général adjoint de la Communauté urbaine de Bordeaux**

Quand je suis arrivé à Bordeaux, une ville de rêve pour les 3 T, j'ai cherché partout l'économie créative. Puis je suis arrivé à Bègles où Noël Mamère m'a montré son quartier multimédia, les Terres Neuves, installé dans des entrepôts pharmaceutiques de l'armée datant des années 30. Il évoqua, comme source d'inspiration du projet, le pôle image de Tourcoing, ce projet de fous qu'on était quelques-uns à lancer dans les années 90, et qui existe maintenant exactement comme on l'avait rêvé.

Longtemps nous avons le modèle lyonnais comme référence, maintenant nous avons le modèle lillois dans toutes les métropoles françaises, et en particulier concernant l'économie créative et la synergie culture-économie. Lille est devenue avec Lille 2004 une référence européenne.

Selon moi, l'économie créative est basée sur la matière grise sans être technologique, ni financière, elle apporte une valeur ajoutée à des activités économiques traditionnelles qu'elle

contribue à revigorer (design et objets industriels, graphisme et filière édition – imprimerie, mode et textile, architecture et BTP) et par ailleurs participe de la revitalisation des villes. Elle se trouve ainsi au carrefour de la rénovation de l'économie et de celle de la ville.

1. Les débuts de l'économie créative, dans les années 70 ce sont des promoteurs de New York qui, constatant qu'il y a des squatteurs artistes dans les immeubles dont ils sont propriétaires, les aident à s'installer pour valoriser l'opération et faire ensuite revenir les classes moyennes. L'économie créative c'est aussi le Centre Art et Industrie de Tourcoing, dans les années 70-80, qui rebooste le textile par la création, avec des stylistes, des écoles de mode, etc. A cette époque-là, Bordeaux jouait la belle endormie.
2. Puis il y a eu l'époque où les collectivités, les pouvoirs publics, ont commencé à voir tout l'intérêt que présente l'économie créative pour les dynamiques métropolitaines. Là, on suit un modèle que nous avons inventé en partie à Lille : vous prenez une école de créateurs, un enjeu de rénovation urbaine, vous rajoutez une pépinière d'entreprises, des événements qui médiatisent, un effet de réseau et du marketing pour vendre tout ça. Deux exemples emblématiques sont pour moi le design à Manchester ainsi que la « Rue et le Faubourg de la mode » à Lille et Roubaix.

Ce qui est intéressant c'est que, dans beaucoup de métropoles, il y a eu du spontané et du structuré. A Bordeaux, le structuré cela a été le pôle multimédia de Bègles qui a vraiment un look de faubourg industriel. L'autre concentration, qui s'est faite un peu comme dans le vieux Lille, c'est le quartier Saint-Pierre : toutes les sociétés qui faisaient du Web-design se sont regroupées dans les vieilles rues du Bordeaux historique, le facteur structurant principal étant qu'il y avait des restaurants et des bars ouverts toute la nuit.

Puis il y a quelque chose qui est un peu frontalier de la culture dans les projets bordelais, c'est une résidence d'artistes particulière : le Château Brignon à Carbon Blanc pour auteurs de bandes dessinées. Derrière le business de référence, c'est l'édition dont un tiers du chiffre d'affaires est constitué par la BD. C'est très intéressant en matière de métropolisation : le festival voisin d'Angoulême (40 000 habitants) a attiré des auteurs, des dessinateurs, des scénaristes venant de Paris. Bordeaux est ainsi aujourd'hui la deuxième ville de résidence en France pour auteurs de bandes dessinées. Nous sommes en train de leur faire une sorte de Villa Médicis dans une ancienne villa de maître de chais, avec une pépinière, du matériel qu'ils ne pourraient pas se payer tout seuls, des salles d'exposition, une librairie, une bibliothèque, etc.

3. J'en viens au troisième âge de l'économie créative, qui est celui que nous vivons en ce moment. Nous constatons qu'il y a aujourd'hui une convergence entre trois tendances qui ne se regroupaient pas forcément jusqu'à présent : l'économie créative, l'économie solidaire et le développement durable. Nous commençons à avoir des projets qui mixent un peu tout. J'ai en tête une pépinière d'entreprises associatives qui s'était montée et voulait me voir pour obtenir des financements. Comme je ne peux donner des subventions à toutes les associations qui sont dans l'économie solidaire, je leur ai demandé ce qu'ils apportaient de plus et j'ai découvert que leur pépinière n'hébergeait que des artistes ! Je me suis donc intéressé à leur projet car, à mes yeux, un des grands enjeux de l'économie créative c'est de savoir aider les créateurs qui vivent dans le marché et non de subventions.

Un autre exemple de ces croisements un peu nouveaux entre économie créative et économie solidaire, c'est la gastronomie. Un grand chef a racheté le Château du Prince Noir, à Lormont, commune qui concentre les populations en difficulté, à l'entrée du pont d'Aquitaine. Il travaille avec les mères de famille des quarante-cinq ethnies de la commune pour leur expliquer comment mieux faire la cuisine et gagner leur vie avec.

Nous avons enfin un projet de développement durable, le projet Darwin, qui est monté par un ensemble de personnes de différentes origines : il y a une boîte de publicité et de marketing direct, du Web-design, un architecte vert, et peut-être bientôt l'ADEME. Ils

viennent nous proposer de faire ce que l'on devrait faire, nous, et que nous faisons à l'occasion, à savoir un lieu avec une pépinière d'entreprises, un restaurant d'entreprise, une salle de sport, un endroit pour faire la fête, etc. Nous disposons de friches portuaires et militaires, que nous avons souvent tendance à raser quand elles ne sont pas classées par l'Unesco (mais il faut pour cela que leur construction remonte au moins au XVIII<sup>e</sup> siècle). Dans ces bâtiments fin XIX<sup>e</sup> siècle, début XX<sup>e</sup>, le long du port, la bande de Darwin veut s'installer et nous demande non de les subventionner mais seulement de leur vendre le site à un prix d'ami ; ils font leur affaire de tout le reste.

Dans une première phase, les collectivités ne faisaient rien, tout venait du privé. Dans une deuxième étape, elles ont un peu tout fait. Il nous reste maintenant quelque chose à inventer, à savoir comment on peut aider les gens à réaliser. Je remarque que l'on a souvent affaire à des entrepreneurs citoyens qui ne s'intéressent pas uniquement au bénéficiaire à la fin de l'année.

### **Didier Paris**

Fabienne Duwez, les métropoles ont une ambition de développement de l'économie créative, qu'est-ce qu'on met en face comme types de produits, de projets ou de conceptions de projets ?

### **Fabienne Duwez, directrice générale de la SORELI**

Les SEM ont un objet social qui est d'aller là où n'est pas le marché privé, pour recycler des territoires. Nous sommes inscrits dans la métropole lilloise sur une grosse problématique de faire la ville renouvelée sur d'importants territoires de friches industrielles. Nous nous trouvons devant la nécessité d'aller sur ces territoires pour développer un programme dans le cadre d'une démarche de développement durable. Cela veut d'abord dire, dans ces milieux en grande déshérence urbaine, retrouver une mixité des fonctions urbaines ainsi qu'une mixité sociale. La mixité sociale, cela ne se décrète pas, cela s'organise et, pour cela, nous avons besoin de leviers.

Je voudrais dire combien il est pour nous important et intéressant de travailler sur cette économie créative parce qu'elle concerne une population qui est immédiatement sensible à ces lieux en déshérence, immédiatement prête à travailler avec nous pour réaliser un projet, là où peut-être d'autres composantes sociologiques de la population ne le seraient pas. C'est un élément moteur du projet urbain.

Ensuite, nos projets urbains sont des histoires qui s'étalent sur vingt ans. Parce que nous sommes en déshérence urbaine et économique, il faut organiser une fonction économique qui tienne et qui se développe sur cette durée. Qu'est-ce qui se développe et tient sur vingt ans ? Ce sont des fonctions, des secteurs, des filières d'activité qui n'existent pas aujourd'hui sur la métropole et que la puissance publique va décider de concentrer, en organisant des moyens, sur ces territoires. Euratechnologies en est un exemple type. Nous sommes sur une zone de 100 hectares où il n'y a rien, sauf des friches urbaines avec, autour, des quartiers en déshérence urbaine, zone sur laquelle la Communauté urbaine a décidé de faire un pôle d'excellence économique basé sur les nouvelles technologies. Nous l'avions fait pour Eurasanté, mais c'était quand même moins difficile parce qu'être adossé au plus grand CHRU de France, ça aide...

Il fallait avoir une grande confiance et quelques moyens. Pour réussir un embryon de mayonnaise, il fallait un dispositif public d'amorçage. De fait, nous n'avons pas vu beaucoup d'investisseurs se précipiter pour prendre le risque en lieu et place de la collectivité. Pour les convaincre de participer au projet, la puissance publique ne pouvant pas apporter tous les investissements, il faut constituer des dispositifs qui permettent de répondre à deux questions fondamentales : d'abord, une garantie pérenne des investissements, c'est-à-dire une logique de composition urbaine qui donne de la valeur au lieu, qui l'inscrit dans un jeu métropolitain



qui redonne intrinsèquement de la valeur sur fonds propres aux investisseurs ; ensuite, une rentabilité moyenne normale, et ça c'est le problème de la masse critique. Aujourd'hui, pour faire une opération d'aménagement de ce type, il n'y a pas un promoteur, parce que la production du cadre bâti est extrêmement séquencée dans notre pays, qui accepte d'être le premier à s'engager. Il fallait donc organiser immédiatement une masse critique, c'est ce que la puissance publique a fait sur Euratechnologies, en décidant de porter 23 000 m<sup>2</sup> d'un coup. Le projet urbain a permis de mettre ce dispositif au centre du projet, de l'organiser en rotule urbaine et de donner une valeur intrinsèque.

Ce n'est pas gagné pour autant mais cela a permis de liasonner sur la recherche-action. Quand on constitue des filières et que l'on est sur des économies créatives, il y a à la fois le pari de l'urbain dans les zones dans lesquelles nous allons, le pari économique de la filière, qui n'existe pas et qui est à constituer, et le pari de la montée en régime. Nous pensions au départ, sur la base de ce que nous avons fait et plutôt réussi à Eurasanté, que les 23 000 m<sup>2</sup> allaient être remplis au bout de sept ans, nous avons mis dix-huit mois.

Cette économie créative, il faut la structurer, c'est-à-dire lui donner les moyens de sa croissance. Cela passe classiquement par la constitution de clusters, et c'est surtout avoir en stock de jeunes porteurs de projets. Il y a quelques fondamentaux de réussite qu'il faut avoir à l'esprit.

Ce qui nous intéresse particulièrement c'est le retentissement de l'économie créative sur le projet urbain. Evidemment, les populations qui arrivent sur ce territoire économique ont des demandes tout à fait spécifiques en termes de production du cadre bâti, et qui s'agrègent bien avec notre ambition de développement durable dans ces grands projets urbains. Ces populations sont plus demandeuses de lieux singuliers, de lieux typés, et nous trouvons là un écho à tout ce que, nous, nous recherchons en termes de nouvelles typologies urbaines et de nouvelles productions du cadre bâti. Quelquefois, elles nous devancent même avec des demandes un peu surprenantes telles un centre de remise en forme... Je rappelle que nous sommes sur 23 000 m<sup>2</sup>. Il y a quelquefois des dérives par rapport auxquelles il faut être un peu prudents.

Travailler avec ce monde de créatifs permet également d'amorcer des nouveaux ou de nouvelles pratiques d'usage de la ville qui sont un peu une préfiguration de la nouvelle mixité sociale que l'on veut faire dans ces quartiers. Quand on a conçu le faubourg des modes, deuxième temps d'une réflexion sur Lille-Sud sur de nouvelles pratiques urbaines permettant à terme d'avoir de la mixité sociale, les créateurs étaient très soucieux d'avoir des lieux bien à eux et de développer leur identité, ce qui a renouvelé par là-même le regard que les autres peuvent porter sur les lieux que ces créateurs investissent. C'est très important parce que cela permet des dynamiques qui vont jouer sur plusieurs temps et de réaliser aujourd'hui le grand projet ANRU au cœur de Lille-Sud, qui est un quartier un peu compliqué.

C'est comme cela qu'on l'a vécu, c'est comme cela que nous l'avons présenté aux habitants, et c'est comme cela que l'ensemble des projets sont passés. Le faubourg des modes – ce n'est pas énorme, c'est quinze boutiques – était à l'origine une zone en pleine déshérence économique. Comme l'opération était petite et ponctuelle, elle s'est réalisée assez rapidement. Cela a changé complètement le regard de la population lilloise sur ce secteur : c'est devenu le secteur un peu branché où l'on peut aller chercher des choses un peu exceptionnelles. Et alors que les grands plans initiés par la ville pour inciter les habitants à rénover leur façade avaient donné des résultats mitigés, ils ont été repris par les voisins des cellules et ont donné lieu à un projet global sur toute la rue.

Je crois que l'économie créative est une chance pour le projet urbain, qu'elle nécessite des dispositifs publics d'amorçage, encore plus que dans n'importe quel projet urbain qui ne s'adresse pas à cette économie-là, parce qu'il y a un pari sur la filière et la structuration. Il y a des moyens à mettre en place pour faire de la convergence, par exemple des lieux de

rencontre, ce qui représente beaucoup d'investissements publics. Ce qu'il est intéressant de noter dans la jonction entre l'économie urbaine et la créativité c'est qu'elle préfigure de ce que sera l'économie de demain, pour nous qui faisons la ville : nous ne vendrons plus ou ne louerons plus des mètres au carré mais un package services.

A Euratechnologies, nous proposons un package services composé de murs, de bandes passantes, de dispositifs à l'export sous forme de bureaux dans les grandes métropoles, d'accompagnement économique que nous négocions avec eux, et d'obligation de répondre à un certain nombre d'appels d'offres européens avec des entreprises plus petites pour structurer et qualifier la filière. C'est pour nous un laboratoire. La simple vente de mètres au carré ou de terrains est quelque chose qui ne les intéresse plus. Cette approche très novatrice et riche d'enseignements préfigure, je le crois, la façon dont nous devons penser la ville demain, c'est-à-dire à la fois avec des investissements, de la gestion et des packages services.

### **Didier Paris**

Michel-François Delannoy, pouvez-vous caractériser les éléments de stratégie de la métropole lilloise en matière d'économie créative ?

**Michel-François Delannoy, *premier vice-président de Lille Métropole Communauté urbaine, maire de Tourcoing***

Je suis vice-président de la Communauté urbaine, avec la responsabilité du développement économique, mais je n'oublie pas que je suis aussi maire de Tourcoing. Tourcoing s'est accolée, comme une sorte d'autoproclamation il y a presque vingt ans de cela, le qualificatif de « la créative ». On peut dire que c'était assez gonflé parce que nous étions à ce moment-là en pleine déconfiture avec la crise industrielle textile qui a touché au cœur notre ville, nos villes. Elle a touché au cœur comme un homme est touché lorsque son cœur est atteint. Il faut ensuite du temps, une sacrée dose de volonté et de courage pour recommencer à faire des projets, puis bien sûr des moyens.

Je me sens tout à fait à l'aise avec la formule des 3 T (technologie, talents, tolérance), mais n'oublions pas que pour réussir cela, il ne faut pas seulement de la ressource mais aussi des capacités financières. Puis il faut faire le pari du temps, qui est peut-être le T qui manque dans cette approche. Car il faut du temps entre le moment où l'on commence à inventer l'avenir et le moment où les conditions sont réunies pour démarrer, surtout lorsque cela s'organise dans un territoire qui s'abîme du fait de la disparition de ses ressources. La question qui nous est donc collectivement posée aujourd'hui est de savoir qui paye le temps et la prise de risque qu'il y a dans la créativité quand nous sommes amenés à réagir très vite, à être dans la réponse immédiate, dans une économie qui s'est considérablement financiarisée, avec une logique de rentabilité à court terme toujours présente. Tout cela demande de la vision, de l'inventivité, de l'audace, mais cela nécessite aussi de se donner les moyens de la créativité et du temps pour construire ces conditions.

Il y a pour moi des fondamentaux dans la rénovation urbaine telle qu'on la conçoit aujourd'hui – Tourcoing a été l'une des premières villes concernées par un GPU, puis il y a eu le GPV et aujourd'hui l'ANRU. Il y a bien évidemment toute la partie qui concerne l'habitat, les espaces publics, les modes de déplacement, la qualité architecturale, et il y a forcément aussi – en tout cas dans les projets que je conduis comme maire de Tourcoing – la culture et l'éducation. Il n'y a pas un projet de rénovation urbaine dans ma ville où ces piliers ne soient présents, qui sont finalement comme des arêtes et en même temps des appels à la créativité, même si je suis convaincu que la créativité est aussi le produit d'un investissement, d'abord dans l'éducation et en même temps dans la culture. Et bien que ma ville ait traversé des tempêtes douloureuses, jamais nous n'avons sacrifié ces deux piliers. Nous aurions pu renoncer à l'Atelier lyrique, au festival de jazz, au Théâtre du Nord, à la Scène des musiques

actuelles ou encore au Fresnoy, mais ne l'avons pas fait parce que nous étions dans cette vision que l'économie de demain ferait appel, serait dans cette belle alliance avec la créativité. Nos villes sont des villes saturées d'histoire. Même lorsque nous faisons l'Union, nous ne partons pas d'une page blanche, nous sommes dans un rapport respectueux, sensuel presque, à l'histoire de la ville. Quand nous reconstruisons ces territoires, nous devons les saturer, au sens chimique du terme, c'est-à-dire investir dans la culture et dans tout ce qui peut concentrer là la recherche et le développement dans son acception la plus large. On ne peut plus imaginer que les sièges d'entreprises et les grands centres de décision aillent à la campagne auprès d'un petit cours d'eau, avec des vaches d'un côté et des chevaux de l'autre... Ça, c'est le monde d'avant. Aujourd'hui, cela se passe au cœur de nos villes, là où se concentrent et convergent les moyens de transports en commun modernes, les modes de déplacement alternatifs à la voiture. C'est cette fabrique-là que nous avons aujourd'hui à penser.

Dans l'année qui vient de s'écouler, la Communauté urbaine a animé trois débats qui portaient finalement sur le même sujet – la mobilité, l'habitat, le développement économique et l'intensité urbaine –, c'est-à-dire comment créer au cœur de la ville ces possibilités et ces occasions de rencontre entre les créateurs, au sens très large du terme, et les espaces que l'on construit.

Les grandes agglomérations, nationales comme internationales travaillent aujourd'hui fondamentalement sur les mêmes sujets. Sur l'image, bien sûr, sur les matériaux de demain, et ici, autour du Centre européen des textiles innovants, nous nous donnons des moyens exceptionnels. Il y a Plaine Images, qui est un endroit de rencontre autour de l'image au sens très large du terme (cinéma, télévision, mobile, ordinateur, console de jeux) avec, déjà, des acteurs économiques présents aux côtés des Villas Médicis du XXI<sup>e</sup> siècle, le Fresnoy étant un de ces lieux exceptionnels que l'Amérique nous envie. Je pense par exemple à l'Université Duke qui vient chercher à Tourcoing un modèle pour son campus.

Concernant Plaine Images, nous avons eu l'intelligence de nous repositionner car, au départ, nous avons tendance à regarder ce qui se faisait ailleurs dans un esprit de concurrence. Nous avons pris le parti radicalement inverse car nous sommes vraiment là sur un sujet de rencontre entre la créativité et l'économie, que nous partageons aujourd'hui autant avec le Valenciennois qu'avec des territoires flamands ou wallons. C'est une force considérable pour être demain dans la compétition mondiale sur le sujet majeur de l'image.

Nous avons par ailleurs sur notre territoire une belle concentration de compétences et d'intelligences autour du design, avec des écoles de grand renom. L'Ecole supérieure d'art de la métropole, une des dernières de la région, est pour nous une véritable pépite parce que se créent là des esprits et des sensibilités dont nous aurons besoin. Nous venons de commencer un travail sur le positionnement de Lille concernant cette question du design, non pas pour dire qu'il faudrait faire une grande cité du design, une des spécificités françaises étant de construire d'abord un bâtiment et de réfléchir ensuite à ce que l'on va mettre dedans. Non, nous allons plutôt aborder ça à la flamande, c'est-à-dire en mettant les acteurs en synergie dans un premier temps, en suscitant des rencontres improbables entre designers et industriels, designers et fabricants de la sécurité dans la ville, designers et travailleurs du textile, designers et urbanistes. Nous voulons vraiment que notre projet métropolitain soit traversé par la question du design.

Nous ne sommes bien sûr pas les premiers, bien des villes avant nous, telles Rotterdam, Montréal ou Berlin, ont parié sur ce sujet. Avec nos amis Belges, notamment dans le Courtrais, nous allons développer une approche extrêmement pragmatique – il y aura peut-être un Euradesign un jour, mais c'est une question presque secondaire – pour instiller cette question de l'esthétique et du design dans tout ce qui contribue au développement métropolitain.

Bien sûr, l'économie créative est centrale aujourd'hui dans la manière dont nous abordons ces enjeux du développement de notre métropole. En même temps, lucidement, nous savons que, sur les questions de la recherche et du développement, nous ne sommes pas en avance par rapport à d'autres agglomérations qui ont, beaucoup plus tôt que nous, amené dans un même élan, y compris dans la gouvernance, le monde universitaire, la recherche et le monde économique. Je n'oublie pas pour autant tout le reste de l'économie, l'économie plus traditionnelle, qui doit sentir de notre part le même niveau d'engagement, de passion, la même réactivité dans leur développement. Il ne peut pas y avoir d'un côté la belle économie, celle que l'on met en avant, qui nous porte et nous portera, et qui définira la personnalité future de notre agglomération dans la compétition internationale, et d'un autre côté l'autre économie que l'on regarderait un peu de loin. Nous avons à Tourcoing le dernier peignage de France, en grande difficulté aujourd'hui du fait de la crise, mais aussi du fait de l'attitude aveugle d'une grande partie du monde de la finance. L'extraordinaire engagement des collectivités publiques permettra, je l'espère, de le sauver.

Je voudrais conclure en disant que ce n'est pas le marché qui va permettre de développer cette économie créative, même s'il a sa place et son rôle à jouer, mais une puissance publique considérable, très volontaire et gouvernante, que rien ne pourra remplacer. Je suis à cet égard inquiet quand je vois la manière dont on s'apprête à déstabiliser un certain nombre de collectivités concernant leurs ressources. Je ne tiens pas un propos politique partisan, mais ce fait-là est quand même bien présent dans les débats que nous avons. Si les collectivités territoriales perdent de la ressource ou sont de plus en plus dépendantes de ressources qui leur viennent de l'Etat, Etat en mauvaise santé, il y a là de sérieux motifs d'inquiétude. Il y a sans doute des choses à revoir, mais ne démolissons pas ce qui porte aujourd'hui les trois quarts des investissements publics et qui est aussi le lieu de fabrication de ces espaces urbains de créativité, de rencontre de talents, de technologie et de tolérance.

### **Didier Paris**

Comme vous l'avez précisé, toutes les métropoles travaillent aujourd'hui sur les mêmes sujets, et la question de la singularité est pour les territoires une vraie question. Où est la singularité des uns et des autres ? Peut-être dans les modes de faire. Puis vous êtes acteurs publics et l'on imagine bien que les acteurs publics, les acteurs politiques, doivent avoir une maîtrise parfaite des outils juridiques et financiers, mais l'on voit bien que, pour réagir de manière constructive par rapport aux nouveaux enjeux de cette économie créative et du développement des territoires, il y a aussi des questions de sensibilité, par exemple sensibilité aux questions esthétiques, questions dont on ne parlait pas il y a dix ans quand on était acteur politique. Si l'on n'est pas en interaction avec les changements de la société et ses nouvelles valeurs, on peut facilement être à côté de la plaque.

### **Débat avec la salle**

#### *De la salle*

Nous avons parlé de Richard Florida, dont les travaux sur les 3 T sont d'ailleurs souvent contestés. Je voudrais préciser que nous sommes aux Etats-Unis et que l'un des index qui mesure la tolérance pour Florida est le *Gay Index*, c'est-à-dire le nombre d'homosexuels présent dans une ville qui serait un indicateur de tolérance de la ville, d'ouverture à la différence. Il n'y a pas que cela mais c'est un élément qui peut faire la différence avec l'Europe.

Dans tous les travaux qui ont été faits à l'étranger, là où certains quartiers ont déjà pu évoluer, on observe dans une première phase une économie créative autour des artistes, avec des gens qui démarrent, qui n'ont pas beaucoup d'argent, et qui s'installent dans des bâtiments à faible

valeur foncière et locative. Dans une deuxième phase, on observe une gentrification, une revalorisation foncière, et donc une mutation de ces quartiers. Est-ce que des procédés ont été prévus à Lille pour gérer cette transition ?

### **Fabienne Duwez**

L'économie créative, ce n'est pas seulement la mode ou le design, c'est essentiel de le dire. Quand on conduit le projet Euratechnologies, c'est-à-dire les industries de contenu TIC de demain, pour moi c'est autant créatif que de réaliser le faubourg des modes.

Tout grand projet urbain conduit sur des sites en déshérence urbaine et qui réussit un tant soit peu va générer de la valeur foncière et conduire à un phénomène de gentrification, c'est un peu inévitable. Il appartient ensuite aux politiques de décider du niveau des garde-fous qu'ils veulent mettre en place. Sur les Rives de la Haute Deûle, nous avons une politique du logement extrêmement fine, avec des typologies différentes et des produits locatifs sociaux ou d'accession sociale. Nous avons maîtrisé l'accession libre pour à la fois continuer à permettre aux gens qui sont sur le terrain de trouver une réponse à leur parcours résidentiel mais aussi pour éviter de faire un « ghetto blanc », car il y a aussi des opérations d'économie créative avec des projets urbains qui conduisent à cela. C'est le cas de Fribourg, il faut avoir le courage de le dire... Nous avons apporté un soin tout particulier à la commercialisation des produits habitat, ceci étant relayé ensuite par les villes sur les politiques de peuplement. Il y a quand même un certain nombre d'outils dans la législation française pour contenir cette évolution.

### **Robert Prost**

On ne va pas démarrer un débat sur Florida mais c'est quand même de la thèse de doctorat de son élève qu'il est parti... On ne peut pas dire que son livre est basé sur le degré d'homosexualité et la tolérance qui y est liée.

Je crois qu'il ne pose pas seulement la question de comment attirer la classe créative, il parle aussi de la manière dont les investisseurs vont vers la classe créative. Il y a entre autres à Cambridge une classe créative, il fallait le dire, qui n'est pas liée aux artistes mais à la matière grise.

Je voulais également dire que dans la *Cox Review* le mot design n'a rien à voir avec des designers de Milan ou des designers de mobilier, il s'agit de la fonction design au sens où Simon l'a créée en 1968, c'est-à-dire le passage d'un état d'explicitation à un état de proposition, ce sont les *Design Sciences* de Simon. Il est maintenant vrai que les artistes ont eu un rôle dans les villes, on le voit à New York, en se déplaçant et en valorisant des zones abandonnées, avec les galeries qui s'installent. Ce processus en est déjà à la quatrième génération.

Je voudrais savoir ce que Gilles Crague pense de la relation entre l'économie créative et l'économie de la connaissance, relation qui n'a pas encore été faite.

### **Gilles Crague**

J'ai cité Florida parce que c'est à la fois un professeur d'université et une multinationale – je vous conseille d'aller voir son site web... C'est non seulement quelqu'un qui a fait des travaux académiques sur les questions de développement urbain, mais aussi quelqu'un qui a propagé un certain nombre d'idées qui irriguent le milieu des praticiens de la ville. C'est moins le fait qu'il ait été contesté qui m'intéresse que le fait qu'il stimule les esprits de ceux qui ont à réfléchir sur des programmes de restructuration urbaine, etc.

Je ne me fais pas le défenseur de Florida. Ce que je retiens chez lui c'est sa proposition majeure qui est de dire que cela ne sert plus à rien d'attirer les entreprises, de faire des zones industrielles et de donner de l'argent, ce qu'il faut c'est faire des lieux agréables pour attirer

les talents. Ceci peut d'ailleurs poser problème à un élu, qui doit dire à ses concitoyens que le sort de leur ville dépend des talents que l'on va y faire venir, ce qui revient à dire à ses électeurs que les talents ne sont pas présents localement (autrement dit dans la population de ceux qui l'ont élu). Selon moi, la seconde façon de penser le rapport entre ville et créativité est au moins aussi intéressante pour le praticien de la ville que celle suggérée par Florida, mais elle n'a peut-être pas trouvé de VRP aussi efficace. C'est toute la question de la transformation d'une invention en un produit marchand, avec tous les problèmes d'organisation que cela pose. Une ville ou une collectivité locale a peut-être un rôle à jouer dans ce processus d'innovation (de facilitateur, d'entremetteur, de stimulation...), parce que faire travailler un artiste et un industriel sur un projet commun, c'est quelque chose de tout sauf évident. De multiples exemples le montrent. En tout état de cause, si ça n'est pas organisé, rien ne se passe.

### **Jean-Pierre Guillon**

Je pense que l'attractivité, plus qu'une concurrence, est une sanction, ce qui peut nous conduire à faire des erreurs de raisonnement, y compris sur nos territoires. Je considère par ailleurs que nous sommes dans l'attractivité parisienne en matière de recherche et de développement car, contrairement à nos amis bordelais ou lyonnais, nous sommes trop près de Paris pour ne pas en subir l'attractivité. Donc quand nous disons que le Nord-Pas-de-Calais a 0,7 % d'investissements dans la recherche, là où la France est à un peu plus de 2 %, et là où Lisbonne-Göteborg au niveau européen veut nous situer à 3 %, c'est complètement faux ! Une automobile fabriquée à Douai a exactement le même niveau de recherche et développement que dans le processus européen, d'Europe moderne, là où elle est fabriquée. Le problème c'est que quand nous allons comptabiliser dans le Nord-Pas-de-Calais, nous n'allons pas trouver les centres de recherche adéquats parce qu'ils sont situés dans la région parisienne. Après, on dit que nous sommes en retard. Non ! Nous sommes peut-être en retard dans un domaine mais en avance dans d'autres. Nous sommes dans des raisonnements de l'attractivité.

Le processus de créativité, vous nous dites qu'on essaie de l'opposer entre la créativité de nouvelles entreprises et la créativité de l'économie, or toute l'économie est dans un processus créatif ! Je visite les entreprises depuis trente ans dans cette région et je peux vous dire qu'il n'y en a pas une qui n'ait pas évolué, le processus est continu. Là où nous sommes embarqués différemment c'est lorsque surgissent des technologies, et notamment les technologies de la communication. Ce sont elles qui nous ont fait basculer brutalement dans l'attractivité parce que le consommateur a trouvé le moyen, indirectement par ces moyens de communication, d'échapper à la société politique. C'est-à-dire qu'indirectement, nous consommateurs, achetons ce que nous voulons, où nous voulons, sans rien demander à personne. Avant, si je voulais acheter une voiture américaine, j'étais taxé, j'étais pris dans un processus tellement complexe que j'étais contrôlé par mon système et, à partir de ce moment-là, je pouvais difficilement y recourir. Aujourd'hui, j'achète ce que je veux, où je veux, mais l'entreprise reçoit un nouveau donneur d'ordre qu'elle ne maîtrise plus et que plus personne ne maîtrise. Faisons attention à cela.

Nous passons tous notre temps à courir derrière le consommateur. Mais une fois que le consommateur a fini de l'être, il est citoyen, et ce qu'il pense en tant que consommateur, il ne le pense pas en tant que citoyen. C'est toute la contradiction dans laquelle nous sommes.

### **Jef Van Staeyen, *architecte-urbaniste***

Nous avons cette caractéristique, dans les stratégies de développement de notre métropole, que de marier des stratégies de filière, sur lesquelles des réponses à court terme sont nécessaires, à des stratégies d'aménagement du territoire qui s'étendent sur dix ou vingt ans. J'aimerais savoir si le processus d'étude POPSU et les personnes présentes ont fait des

constats sur les avantages et les inconvénients d'avoir marié ces deux stratégies. Parce que je peux imaginer que, en dehors d'un certain nombre d'avantages, il y a aussi des inconvénients en matière de planification des investissements.

### **Stanislas Dendiével**

Le lien entre l'économie créative et l'économie de la connaissance me semble assez poreux. Dans ce que l'on essaie de fabriquer par exemple sur la Plaine Images, on y trouve des composantes de formation, de qualification, de recherche et, en même temps, le monde de la créativité. C'est bien ce pari que nous faisons d'avoir cette hybridation de la créativité, de la connaissance et de l'économique. Cela me paraît un point très important tellement on segmente les choses dans les raisonnements. Nous sommes plutôt aujourd'hui dans des zones d'influence réciproques, et d'ailleurs on ne sait parfois plus très bien si l'on est dans l'art, la créativité économique ou dans la technologie. Je vous invite à venir de temps en temps au Fresnoy où vous avez des exemples d'œuvres qui font en même temps appel à une connaissance et une maîtrise technologiques extraordinaires. On est dans le monde sensible, la ville sensible, qui pourrait être une sorte de fil directeur.

Sur les temps. Je pense que si l'on accepte, avec une certaine dose de pragmatisme, la vie comme elle se présente, avec ses inattendus, ses accélérations, on évacue déjà beaucoup de choses. J'ai été effrayé dans un mandat précédent de voir comment s'opposaient le temps de l'aménagement et le temps de l'économie. Il y avait une sorte de domination de l'aménageur, on ne pouvait toucher à rien, ni rien envisager tant que tout le concept n'était pas définitivement arrêté. Je pense que l'on a fait en quelques mois des progrès considérables grâce à la gouvernance, je le dis très sincèrement, qu'a impulsé Martine Aubry à la Communauté urbaine en mettant ces pôles qui développent mais sont en même temps forcément imbriqués les uns par rapport aux autres.

Nous avons cette responsabilité en même temps d'aménager et de donner parfois un coup d'accélérateur là où il le faut, quand la nécessité parfois économique et la conviction que nous avons de le faire s'imposent. Il y a des mots magiques, parfois on parle d'itération, sans tomber dans le concept, je pense que l'on est exactement dans cette approche-là. Il faut accepter de ne pas avoir un projet d'aménagement tout ficelé que l'on ne touche pas quoiqu'il se passe. Pendant la phase d'aménagement, qui est longue, il y a des projets qui émergent et qu'il faut savoir faire sortir. Si l'on considère que la dimension économique est au service du projet comme le projet est au service du projet économique, finalement, il me semble que ce n'est pas si compliqué. Il faut accepter d'être imprégné par la vie, parce que dans notre vie c'est pareil, on fait des projets à moyen terme, puis il y a des choses qui viennent entre deux, on les intègre, on ne les rejette pas toujours. Les plus belles histoires d'amour, on ne les a pas toujours programmées.