



HAL
open science

Quartiers artistiques, territoires (ré)créatifs

Charles Ambrosino

► **To cite this version:**

Charles Ambrosino. Quartiers artistiques, territoires (ré)créatifs. Arts, territoires et nouvelle économie culturelle, Laval, Éd. IQRC/Presses de l'université Laval, 22 p., 2013. halshs-00818654

HAL Id: halshs-00818654

<https://shs.hal.science/halshs-00818654>

Submitted on 28 Apr 2013

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.

Quartiers artistiques, territoires (ré)créatifs.

Perspectives londoniennes

Charles Ambrosino

Maitre de Conférences en Urbanisme et Aménagement

UMR PACTE CNRS Territoires

Institut d'Urbanisme de Grenoble

charlesambrosino@yahoo.fr

Dans ce chapitre, je propose d'explorer le processus de création artistique en postulant ses dimensions mutuellement réticulaire et territoriale¹. L'hypothèse que je défendrai par la suite est celle-ci : l'artiste² n'agit pas seul. Bien au contraire, son activité fait appel à de multiples relais avec lesquels celui-ci tisse des liens et des relations d'interdépendances plus ou moins forts. Fort d'une identité professionnelle singulière, certains artistes développent des aptitudes entrepreneuriales qui peuvent les mener à établir des stratégies de différenciation collective sur le marché et à mobiliser diverses ressources, parmi lesquels la fabrique urbaine tient une place privilégiée. Les artistes disposent en effet d'une véritable intelligence de la ville : ils savent composer avec sa matérialité, son image et révéler ses qualités. Ce rapport au territoire, aussi complexe soit-il, suppose qu'au préalable ceux-là s'insèrent dans un milieu relationnel susceptible de véhiculer les informations nécessaires à l'innovation esthétique. Dans un tel contexte, certains lieux offrent une épaisseur fonctionnelle, créative et symbolique singulière, qui pèse autant sur le travail de l'art que sur l'évolution de la ville. Ces quartiers artistiques, qui ne sont ni le fruit du hasard, ni l'objet de planification, résultent du croisement d'initiatives multiples. A la fois territoire de création, d'exposition, de contemplation et de vente, ils articulent la rencontre de l'artiste avec ses réseaux ainsi que ses publics.

¹ Cet article reprend quelques uns des éléments développés dans ma Thèse de doctorat intitulée *Créateurs de ville. Genèse et transformation d'un quartier artistique de Londres* (Ambrosino, 2009).

² Dans le cadre de mon enquête de terrain, menée dans le quartier londonien de South Shoreditch, je me suis intéressé aux artistes plasticiens (peintres, graffeurs, sculpteurs ou photographes), qui, depuis les années 1980, constituent un groupe social visible par leur installation urbaine (au sein d'atelier, dans l'espace public, etc.) et par leur implication locale dans l'animation des lieux. L'analyse qui suit se restreint donc à ce type d'artistes ainsi qu'à leurs productions.

Sans être abordé en détail, le quartier artistique de South Shoreditch à Londres, exemple emblématique de la manière dont le regroupement de créateurs sur un territoire impacte son renouvellement économique et social, sera présenté pour illustrer l'ensemble de mon propos.

1. L'artiste et ses réseaux d'affinités

La création apparaît comme le fruit d'une action collective qui amène l'artiste à activer de nombreux réseaux d'affinités, à multiplier contacts et relations de coopération, et à diffuser son travail auprès de publics divers (Becker, 2006). Autrement dit, l'artiste construit son parcours professionnel au gré de médiations variées – informelles, formelles, spontanées ou provoquées –, qui nourrissent sa créativité et confortent ses aptitudes entrepreneuriales.

Les ressources nécessaires à la création sont en effet nombreuses : les artistes ont devant eux « non pas un mais des marchés, des réseaux, des échelles et des secteurs d'activités multiples dans lesquels ils peuvent essayer de s'inscrire » (Halbert, 2008, p. 233). Bien des artistes exercent des activités multiformes et plurielles, eu égard aux mélanges des techniques (dessin, peinture, installation, vidéo, photo, multimédia), à la diversité des objets produits et à la transgression permanente des frontières entre art et design, art et communication, art et technologies (Bureau et al., 2009). Ces activités plurielles relèvent d'une très grande variété d'engagements professionnels qui diffuse la créativité artistique bien au-delà de la seule réalisation de l'œuvre d'art (Nicolas-Le-Strat, 1998). Les frontières entre ces différentes sphères apparaissent d'autant plus perméables que

l'artiste développe une capacité à accéder à des réseaux, à s'y insérer et à les pérenniser, à s'y faire connaître et reconnaître, et à mobiliser les informations et connaissances qu'ils lui procurent.

Ainsi, comme l'écrit S. Gravereau (2008 : 23), créer est-il affaire d'échelles, l'une « réticulaire, celles des mondes de l'art, où se forme et se structure l'identité artistique », l'autre « territoriale, celles du quartier et de la ville, où se jouent les mobilités sociales et résidentielles et où se construisent les paysages urbains et s'effectuent les partages de l'espace » (Ibid.). Ce sont là les conditions de « l'encastrement social » (Granovetter, 2006) de certains artistes qui, bénéficiant d'un ancrage local et multipliant les actions à finalités non-économiques, sont capables, mieux que quiconque, d'accéder à un savoir-faire tacite – un style, un look, un son – « globalement » inaccessible autrement qu'en développant une sensibilité esthétique qui impose d'« être sur place » (Leadbeater et Oakley, 1999 : 14). En effet, les artistes débutent souvent en tant que membre d'une scène locale dont ils sont des consommateurs actifs et des contemplateurs attentifs. A l'écoute de la rue, ils bénéficient d'une position qui leur donne, depuis l'intérieur, un savoir précis sur les logiques volatiles des pratiques culturelles locales (Crewe et Beaverstock, 1998 ; Bovone, 2005). La transformation de ce matériau en une œuvre ou un produit (un CD, un film, un vêtement) susceptible d'être vendu sur des marchés internes, permet non seulement à son créateur (1) d'articuler local et global, et (2) d'alterner connaissances culturelles et réseaux d'affinités, (3) mais également au milieu métropolitain auquel il appartient de conforter son identité culturelle.

2. Face-à-face et face-à-l'art : les raisons socio-territoriales de la création artistique

La pratique des arts plastiques et sa valorisation marchande supposent, à mon sens, au moins deux formes de contacts directs, inscrites, toutes deux, dans des sphères relationnelles et contextuelles distinctes mais complémentaires, le *face-à-face* et le *face-à-l'art*³. Chacune de ces deux formes de contacts fait appel à des configurations spatiales et sociales spécifiques.

2.1 Face-à-face et milieux créatifs

Selon P. Hall (1998), la création artistique, à l'instar de l'innovation technologique, génère des structures sociales, les milieux créatifs, qui articulent territorialement solidarité et relations de confiance (tacites, institutionnelles et/ou contractuelles) entre plusieurs individus et organisations. Sur ce point, l'auteur s'appuie sur les notions de milieu innovateur (Aydalot, 1986) et de district industriel (Marshall, 1906 ; Beccattini, 1992). Toutes deux renseignent sur les mécanismes de coordination, par le marché et la réciprocité, à l'intérieur de sociétés locales fortes de la congruence géographique, culturelle et organisationnelle de leurs institutions, entreprises et membres représentatifs. Ce mélange d'empirisme et de théorie autorise quelques certitudes quant à la nécessaire proximité des divers acteurs engagés dans un processus créatif commun. L'épaisseur de leurs liens sociaux fabrique le territoire en même temps qu'elle lui fournit son « atmosphère » singulière.

³ J'emprunte l'expression « *face-à-l'art* » à U. Waellisch (2008 : 26).

Au demeurant, souligne P. Hall, c'est avant tout le hasard relationnel et les rencontres accidentelles, fortuites et aléatoires que permettent les concentrations métropolitaines, qui mèneraient à la créativité. Les processus d'innovation et d'apprentissage témoignent de dynamiques territoriales qui invitent en effet à dépasser les analyses classiques des systèmes productifs locaux pour mieux embrasser celles qu'offre le champ conceptuel de la ville créative (Roy-Valex, 2010). Dans la foulée des travaux fondateurs de M. Granovetter (2006), P. Hall met en avant l'importance des « liens faibles » que tissent les personnes entre elles. Ce type de relations sociales se fondent sur la répétition de contacts interpersonnels directs et permet la diffusion de même que la circulation des informations à l'extérieur des communautés organisées et instituées. Reprenant à son compte cette idée, C. Landry (2000 : 133) insiste sur le fait qu'indépendamment des échelles impliquées (quelques bâtiments, un quartier, une ville voire une région), les milieux créatifs ainsi constitués présentent « des infrastructures à la fois 'hard' et 'soft' génératrices des flux d'inventions ». Compte tenu de leur taille, les grandes structures urbaines, et plus particulièrement leurs villes-centres, offrent l'infrastructure « hard » de la créativité, à savoir les multiples aménités, services et autres lieux (musées, académies, galeries, écoles d'art, fournisseurs de matériels, techniciens spécialisés, etc.) nécessaires à la confrontation des individus, aux chocs des idées et à multiplication des liens faibles. Reste que le verrou de cette structure d'intermédiations demeure le *face-à-face*.

Peu d'auteurs se sont attachés à en décrire précisément la nature. A. Bagnasco (2003) par exemple définit la « rencontre » comme une unité élémentaire d'interaction au cours de laquelle les individus expérimentent tact et confiance réciproque. En se multipliant,

elles adoptent un caractère routinier et peuvent modifier les comportements. M. Storper et d'A.-J. Venables (2004), quant à eux, positionnent le *face-à-face* au cœur des processus d'apprentissage, de coordination, de socialisation et d'émulation propres à de nombreuses activités économiques (industries culturelles et financières, design, recherche et développement, etc.) mais également du travail artistique. Cette configuration relationnelle permet des transactions pluridimensionnelles simultanées et constitue un « média irremplaçable par la quantité, la qualité et la diversité des informations transmises, ainsi que la réactivité rendue possible » (Calenge, 2008 : 135). Le contact direct constitue l'infrastructure « soft » de la créativité et implique la coprésence physique d'au moins deux individus – littéralement, il leur faut être suffisamment proche pour pouvoir se toucher. C'est notamment le cas de l'art numérique qui relève d'un processus de conception partagé entre artiste, internaute et informaticien et qui mobilise des compétences hybrides reposant sur des modes d'interactivité technique et des formes spécifiques d'interaction sociale (Fourmentaux, 2008).

Cependant, s'il est vrai que les contacts interpersonnels pèsent sur la définition du cadre cognitif du travail artistique, le rapport qui s'établit entre un individu et le résultat de ce travail, *le face-à-l'art*, relève d'une sphère relationnelle que je considérerai ici, pour la clarté de mon propos, distincte.

2.2 De l'atelier à la ville, faire *face-à-l'art*

Le *face-à-l'art*, décrit les conditions de médiation, de réception sensorielle et d'observation physique d'une œuvre d'art, tant par les membres de la communauté artistique que par le public (du touriste en passant par l'amateur et le collectionneur).

Pour exister, l'œuvre d'art doit en effet être exposée. L'histoire de l'art montre que d'une époque à l'autre, création et exposition ont pu s'adosser simultanément au même espace : celui de l'atelier. Sa vocation professionnelle se double parfois de celle du logement : faute de moyens, certains artistes vivent et travaillent dans leur atelier. Mais c'est également un lieu de représentation et de sociabilité. L'atelier, individuel ou collectif, n'est pas ouvert au tout venant. N'y pénètrent que quelques privilégiés. A l'intérieur, l'on fait face à la production finie ou en cours du/ou des créateurs. Ce *face-à-l'art* s'accompagne assez naturellement d'un *face-à-face* entre l'auteur et un ami, un homologue, un amateur ou encore un collectionneur. D'un invité à l'autre, la motivation change : la curiosité du critique, l'intérêt du marchand, la sensibilité d'un artiste. Les processus d'apprentissage qui en découlent, nous l'avons vu, permettent à certaines innovations esthétiques d'éclorre au rythme d'une accréation soutenue et de la multiplication de ces temps d'intermédiations. En somme, l'atelier est un lieu qui confère une certaine indépendance à l'artiste, eu égard au « devenir public » de son œuvre (Rodriguez, 2002 : 122), à son exposition.

Etre *face-à-l'art* n'implique donc pas nécessairement de s'immiscer dans l'intimité du créateur ; il est des configurations de médiations artistiques alternatives. Musées, galeries et centres d'art sont autant de lieux où *face-à-face* et *face-à-l'art* sont disjoints, si tant est que l'on place l'artiste au cœur de ces deux sphères relationnelles. Reste que

la reconnaissance sociale de l'artiste s'y joue en grande partie. Le contact avec l'œuvre relève ici d'une médiation exclusive entre un objet artistique et l'appareil sensible de l'individu, lequel s'affranchit, tant que faire se peut, des interférences, des interprétations et des points de vue de chacun, y compris du créateur. En dehors du souci égalitaire et démocratique de la conservation muséale ou encore de l'objectif marchand de la galerie, cette pratique suppose que l'œuvre, immobile, et non pas l'artiste, soit exposée à l'amateur qui, lui, est tenu de se mouvoir s'il désire en apprécier physiquement les qualités. Quid dans ce cas de l'art numérique ? Qu'il s'agisse de le produire ou de le diffuser, Internet semble avoir affranchi l'artiste des espaces classiques de création et d'exposition. Muni d'un ordinateur, le créateur, nomade, s'invite dans les foyers équipés court-circuitant ainsi les lieux conventionnels de la monstration. Est-ce à dire qu'il ne s'y invite plus ? L'art numérique n'est pas uniquement diffusé sur Internet. Les manifestations dédiées à cette forme de création se multiplient de même que les musées commencent à s'en accommoder – bien que ces installations numériques supposent souvent un matériel fort coûteux.

Il en est de même lorsque l'art investit l'espace public : ici le *face-à-l'art* promu, en créant « une brèche dans la routine perceptive » (Augoyard et Leroux, 1999 : 11), se meut, une fois de plus, en une invitation à contempler la création, limitant ainsi les situations de coprésence entre l'artiste et le public. Cette forme de diffusion est féconde car elle donne le primat au territoire de l'œuvre plus encore qu'à l'artiste.

En fin de compte, il est des lieux pour imaginer, créer et produire, d'autres pour échanger, communiquer et montrer, d'autres encore pour contempler et consommer.

Ceux qui abritent les situations de *face-à-face* sont aussi importants que ceux où l'on fait *face-à-l'art*. Importants, ils le sont fonctionnellement (leur situation, leurs conditions d'accès financières, leurs propriétés physiques, etc.), mais également en ce qu'ils pèsent sur le point de vue de la création artistique. Ils facilitent l'innovation esthétique et articulent territorialement les réseaux d'affinités du créateur. Souvent diffus, à l'échelle d'une ville, ces lieux, dont il arrive que certains permettent simultanément *face-à-face* et *face-à-l'art*, sont parfois eux-mêmes coprésents, c'est-à-dire à une distance raisonnablement parcourable à pied. Leur proximité physique génère des synergies, lesquelles leur procurent un statut singulier : en opérant un tel rapprochement, lieux de production, d'exposition et de diffusion se confondent au point de briser l'anonymat souvent latent de leurs territoires d'élection. Ceux-ci opèrent alors tels des points de condensation des milieux créatifs qu'ils structurent. En véritables convergences réticulaires, s'y télescopent échelles et interactions sociales nécessaires à la créativité. Ces configurations sociales et spatiales, je propose de les nommer quartiers artistiques.

3. Le quartier artistique, un objet nouveau pour les sciences du territoire ?

A l'interrogation soumise ci-dessus, j'ajoute volontiers celle-ci : en quoi cet artefact conceptuel constitue-t-il une grille d'analyse efficace et pertinente des transformations urbaines impulsées par l'agglomération spatiale d'artistes et de créateurs ? En effet, il existe déjà des notions qui permettent d'analyser et de qualifier ce type de regroupement territorial. Dans la littérature scientifique et technique, généralement anglo-saxonne, c'est celle de cluster culturel qui est le plus souvent empruntée par les gouvernements

locaux. Néanmoins, comme l'ont souligné Martin et Sunley (2003), l'idée de cluster demeure floue et s'applique à des échelles d'espace très variables. Appliqué au monde de la culture, l'imprécision géographique se double d'une confusion fonctionnelle. D'un document à un autre, l'expression cluster culturel renvoie aussi bien aux concentrations d'équipements culturels destinés à une activité de consommation qu'aux agglomérations spatiales de producteurs culturels⁴. C'est pourquoi certains analystes (Grefe, 2002 ; Santagata, 2002 ; Scott et Leriche, 2005) ont recours à la notion de districts culturels et/ou créatifs pour qualifier les entités socio-territoriales de production culturelle. Si certains districts sont créés spontanément par les entreprises culturelles, d'autres le sont à partir d'initiatives publiques. Dans les deux cas, cette forme de district résulte de la contiguïté territoriale d'entreprises engagées dans un système productif commun et dans lequel les producteurs culturels entretiennent une dynamique partenariale plus ou moins marquée. Les districts culturels et/ou créatifs peuvent quelquefois bénéficier d'un label, voire d'une appellation contrôlée, qui agira comme un droit de propriété intellectuelle, avec sa double dimension : encourager l'innovation et, surtout, créer des rentes au profit du producteur. Seulement, ce type de district se focalise avant tout sur la production marchande de la culture et met de côté les dimensions physiques et sensibles des territoires créatifs.

⁴ Afin d'en clarifier l'observation, certains observateurs se sont livrés à un exercice de typification. H. Mommaas (2004), par exemple, propose une grille de lecture multicritères des clusters culturels selon cinq entrées : le portefeuille des activités proposées (de l'art au divertissement) ; la nature des usages développés (de la consommation à la production) ; le mode d'organisation (du public au privé) ; le rapport physique au territoire (plus ou moins intégré) ; la trajectoire de développement (d'une planification top/down aux processus plus organiques) ; et la localisation (centrale ou plus périphérique).

Dans le champ des études urbaines, l'analyse des transformations de la ville impliquant de manière centrale ou périphérique les artistes et leurs pratiques emprunte généralement le cadre interprétatif de la gentrification selon deux approches (Cameron et Coaffee, 2005) :

- Aux conditions structurelles (coût locatif, proximité des espaces centraux), s'ajoutent les qualités sensibles dont sont parés certains territoires (ambiance voire atmosphère sociales et culturelles distinctes), favorisant la localisation des ateliers, ateliers-résidences ou logements d'artistes. En « faiseur de regard », leur installation peut annoncer celle d'une frange de la classe moyenne, distincte par les valeurs et représentations qu'elle partage avec les populations artistiques (Ley, 2003).
- Parallèlement, l'analyse de la reconfiguration des économies urbaines montre comment les artistes, à travers leurs pratiques et leurs modes d'habiter, ont permis au capital de réinvestir des espaces que les acteurs économiques avaient un temps mis de côté au profit des *suburbs* (Zukin, 1982).

Néanmoins, ces entrées, qui, *in fine*, se complètent plus qu'elles ne s'opposent, usurpent dans une certaine mesure le débat sur le rôle des artistes dans le développement urbain. S'il est vrai que ceux-là peuvent être considérés comme des pionniers voire des initiateurs (Hannigan, 2007 ; Vivant et Charmes, 2008) de processus de renouvellement économique et social, ils n'en demeurent pas moins des acteurs qu'il s'agit d'apprécier dans toute leur complexité, bénéficiant d'une identité professionnelle distincte et d'une conscience accrue de la disponibilité, de la régulation et des qualités sensibles des

espaces urbains (Bain, 2003). L'exemple célèbre du quartier de SoHo à New-York montre bien comment les artistes et plus particulièrement ceux qui sont propriétaires de loft développent des stratégies résidentielles qui visent à pérenniser leur inscription territoriale au risque d'une confrontation avec la municipalité (Simpson, 1981). De la même manière, E. Charmes (2005) suggère que si les artistes ont un rôle à jouer dans le processus de gentrification, ce n'est pas tant via leur concentration résidentielle qu'au moyen des stratégies qu'ils développent pour occuper l'espace public. C'est en gagnant en visibilité dans l'espace de la rue que ces derniers influencent les gentrificateurs. C'est donc « moins le travail que l'atelier de l'artiste » (Charmes, 2005, p.119) qui participerait de la construction sociale de l'espace et, partant, d'une expérience urbaine favorable à sa potentielle transformation. Conclusion largement partagée par S. Gravereau (2008, pp.301-367) qui retranscrit avec finesse les conditions de promotion et de valorisation de l'identité du Belleville parisien, espace urbain auquel les artistes, en multipliant les manifestations et journées portes ouvertes, en y laissant des traces physiques, fournissent une nouvelle visibilité. Aussi, la seule considération de la gentrification neutralise-t-elle le débat sur l'interface artiste/territoire dans la mesure où, trop souvent, elle focalise la recherche sur les mécanismes de hausse des valeurs foncières et de déplacement de populations, éloignant l'analyse d'autres entrées pourtant révélatrices des transformations à l'œuvre.

En cela, l'idée de quartier artistique est originale, bien que le phénomène qu'elle recouvre soit ancien (Traversier, 2009). Au sein de ces quartiers, les pratiques sociales des artistes interagissent avec les tendances économiques globales, reconfigurant leur

territoire en un site d'accumulation⁵. L'idée de quartier artistique recouvre de multiples dimensions, à la fois historique, sociologique, sensible, économique et temporelle, dont voici les principales caractéristiques :

- Un territoire fort de son passé. Les quartiers artistiques se constituent au sein de territoires socialement, économiquement et physiquement marqués par leur histoire ; par une structure urbaine, une configuration immobilière ainsi qu'un stock immobilier favorables à l'émergence d'une urbanité nouvelle (territoires maillées de friches urbaines, d'espaces temporairement hors d'usages et de bâtiments aux gabarits modestes et momentanément vides) ; et une position à la fois stratégique et liminale au regard des espaces centraux.

- Un milieu relationnel territorialisé. C'est autour d'innovations artistiques, de représentations (une parole sur la ville) et de valeurs communes (rapport entre art et argent, rapport entre artistes, place de l'art dans la ville, intérêt porté au quartier, etc.) que se construit socialement le quartier artistique. A mesure que s'intensifie cette dimension collective, le territoire devient une ressource, une véritable fabrique où se fixe temporairement l'atmosphère créative.

⁵ Ces tendances incluent :

- le déplacement des anciennes fonctions économiques urbaines, principalement la manufacture et l'industrie légère, libérant matériellement et symboliquement un stock d'espaces flexibles et disponibles pour de nouveaux usages ;
- l'évolution de la culture, devenue une marchandise prête à être localement consommée ;
- l'évolution de la structure démographique des métropoles, accueillant des populations au capital culturel élevé, sensible à la nature de la production culturelle générée au sein des quartiers artistiques.

- Un paysage. Au sein du quartier artistique, les créateurs se construisent autour d'une identité professionnelle et d'un mode de vie particulier en même temps qu'ils renouvellent un territoire physique. Le quartier se transforme en un atelier à ciel ouvert et se met en scène. Par la manière dont les artistes s'inscrivent dans le quartier, ils en produisent une image. Ils démontrent, à travers leur présence et leur installation, que le quartier change et peut changer. Ce faisant, ils concrétisent la possible transformation du territoire et le réinsèrent dans la mécanique de la valorisation médiatique, foncière et immobilière. Ce que créent les artistes, c'est finalement un paysage, c'est-à-dire, un espace perçu mais aussi une nouvelle organisation spatiale avec ses centralités et sa toponymie.

- Un territoire de création, de diffusion et de commercialisation. La vocation du quartier artistique ne se résume pas à la seule production culturelle. En cela, cette notion se distingue clairement de celle de district culturel et/ou créatif. L'échelle du quartier permet au créateur d'articuler simultanément ses réseaux d'affinités (*face-à-face ; face-à-face et face-à-l'art simultanés*), la diffusion et l'exposition de son travail auprès du public (*face-à-l'art*) et la commercialisation de ses œuvres (*face-à-l'art*). En effet, l'accès à la clientèle suppose une mise en scène – l'achat d'une œuvre d'art contient une dimension symbolique sur laquelle pèse l'environnement du lieu de vente – autant qu'elle s'appuie sur toute une série d'intermédiations.

- Un incubateur pour l'économie culturelle. A l'instar des quartiers néo-bohémiens que dépeint R. Lloyd (2006), les quartiers artistiques apparaissent comme des sites privilégiés d'expérimentation d'une économie à l'affût d'innovations culturelles et de la créativité latente des individus. Les quartiers artistiques fonctionnent comme des incubateurs industriels où l'on crée, médiatise et consomme simultanément les produits culturels, styles de vie et modes à venir. Ces quartiers ne sont donc pas des générateurs d'innovations autonomes mais plutôt des polarités créatives, des plateformes où les réseaux viennent se superposer et se sédimenter.

Ainsi, les quartiers artistiques constituent des territoires où se tisse un rapport particulier entre l'espace social et l'espace physique. Ils disposent de ce fait d'un certain nombre de qualités qui les rendent perméables à des formes originales d'investissement. Leur formation appelle à des processus de valorisation résidentielle en même temps qu'elle se perpétue à travers l'implantation de lieux de divertissement et d'entreprises spécialisées dans les industries culturelles, la conception numérique et les NTIC. Les quartiers artistiques résultent de l'accrétion d'actions collectives urbaines qui se territorialisent au gré de multiples confrontations, négociations et transgressions.

Voilà donc, en quelques lignes, ma feuille de route, l'itinéraire que je propose de parcourir afin de présenter l'évolution du quartier artistique londonien de South Shoreditch.

4. South Shoreditch : du quartier artistique à la centralité récréative globale

South Shoreditch se situe au sud du borough d'Hackney⁶, en plein cœur de la *City Fringe*, vaste territoire qui s'étend de Holborn (au nord-ouest de la city) jusqu'aux anciens docks de St Katherine (au sud-est de la City). Touché de plein fouet par la crise économique dès le début des années 1980, cet ancien district industriel spécialisé dans l'ameublement est, la décennie suivante, le théâtre d'un double processus fortement médiatisé d'agglomération d'artistes, les young British artists (yBas), et d'entreprises de la net-économie. Profitant d'un fléchissement du marché immobilier, ces nouveaux acteurs s'installent. En quelques années, ateliers-résidences, lofts et bars undergrounds, galeries, studios et start-up réinventent le paysage local. Néanmoins, la réputation créative du quartier connaît rapidement une phase de déclin. Le début des années 2000 est marqué par l'éclatement de la bulle spéculative sur les marchés internationaux des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Le jeune cyber district en pâtit sévèrement ; les compagnies solides et survivantes se délocalisent tandis que meurent les plus faibles. De leurs côtés, les artistes, soumis à une pression foncière en constante hausse, se retirent plus à l'est, là où l'immobilier leur est clément.

Insérer Figure 1. Localisation et images de South Shoreditch

Les transformations récentes de South Shoreditch résultent de processus complexes dont il est aujourd'hui difficile de prévoir l'aboutissement. L'objet spatial confère désormais une valeur symbolique aux produits culturels qui en émanent, « *une*

⁶ Le Grand Londres compte 32 boroughs et la City. Chacune de ces circonscriptions administratives assure un certain nombre de compétences parmi lesquelles la planification urbaine, le développement économique et l'action culturelle.

réputation qui fait marque » (Halbert, 2008 : 219). Ainsi la pratique de l'art, sa marchandisation puis son interférence avec la mise en place d'une entité socio-territoriale de production culturelle, ont-elles permis à ce petit bout de l'inner-city londonien, jusque-là insignifiant, de sauter les échelles, du quartier à la ville globale, tout en les subsumant. Deux phases se dessinent néanmoins : les années 1990, phase qui correspond à la constitution du quartier artistique, suivie des années 2000, phase durant laquelle le quartier acquiert un nouveau statut, celui de centralité récréative urbaine.

4.1 Le temps du quartier artistique (1990-2000)

Au début des années 1990, South Shoreditch présente tous les signes du déclin. Ce qui fut autrefois le cœur de l'industrie du meuble londonienne vit au ralenti. L'effondrement récent de la bulle spéculative immobilière finit de plonger ce territoire dans une relative léthargie. A l'instar du reste de la City Fringe, le quartier est en proie à une profonde crise économique dont il ne parvient à se défaire. Certes, quelques activités survivent, mais, globalement, les rues, inhabitées, sont désertes. Nombre de friches et de locaux vides sont en veille, dans l'attente d'un projet ou de repreneurs. Dans ce contexte, c'est paradoxalement au borough d'Hackney qu'il revient d'initier la colonisation artistique des lieux. En décidant de maintenir la vocation exclusivement industrielle et commerciale de South Shoreditch⁷, ce dernier gèle temporairement son évolution et conforte son caractère hors-marché. Les conditions sont alors favorables à un réinvestissement original. Qui d'autres que les artistes peuvent s'emparer du quartier ?

⁷ Par le biais de la réglementation, le borough bloque toutes perspectives d'évolution et s'attache à aménager les conditions d'un retour des activités industrielles traditionnelles, lesquelles, ne reviendront pas.

Il faut être bricoleur et un brin aventurier pour s'installer dans les environs. Car il s'agit bien d'une installation : plasticiens, stylistes, sculpteurs, designers et photographes prennent place. Si quelques-uns s'improvisent agents immobiliers – valorisant leur portefeuille auprès de leurs collègues et amis créateurs –, la plupart squattent ou louent leurs locaux. Certains mêmes parviennent à convaincre le borough⁸ de leur laisser la possibilité de développer des ateliers-résidences, l'objectif étant de mutualiser espaces de vie et de travail afin de réduire les charges locatives. La morphologie du quartier s'y prête bien : les rues courtes et étroites procurent un sentiment étrange d'intimité, et ce à seulement dix minutes du bouillonnant *Square Mile* (cœur financier de la City). Les nombreuses cours intérieures s'accommodent du stockage de matériels en tout genre. Le bâti, quant à lui, présente des qualités architecturales non négligeables : showrooms, entrepôts et ateliers (typologies courantes dans l'industrie du meuble) s'adaptent à leurs nouveaux usages. Ces immeubles offrent des espaces généreux et des plans libres faciles à aménager suivant les besoins : ateliers de création, lieux d'exposition et de performances temporaires, Lofts, etc. Comment s'opère alors le passage d'une simple concentration résidentielle à un véritable milieu relationnel ?

Quelques années suffisent pour que se structure une petite communauté. Parmi les nouveaux venus figurent notamment Damien Hirst, les frères Jake et Dinos Chapman, Chris Offili, Rachel Whiteread, Gary Hume, Tracey Emin et Sarah Lucas. Tous se

⁸ En effet, à partir du milieu des années 1990, le borough se révèle pragmatique. Face à la persistance de la crise, il lui faut changer de politique. Les artistes présents dans le quartier maintiennent à flot nombre de petits commerces, quelques bars et génèrent une vie qui s'était éclipsée. C'est là une opportunité à saisir. A défaut de mettre en place une véritable politique foncière, il tempère la réglementation et autorise la création d'ateliers-résidences et la diversification des usages commerciaux.

connaissent : ils fréquentent les mêmes universités (*Royal College of art* et *Goldsmith College*) et participent aux mêmes évènements culturels dont d'ailleurs ils sont souvent les instigateurs. Autour de ces artistes, promu par le *British Council*, soutenu par les acteurs clefs du monde de l'art londonien, et grâce au patronage avisé du célèbre publicitaire, homme d'affaire et grand collectionneur Charles Saatchi⁹, le *Britart* fait une entrée fracassante dans le léthargique monde de l'art contemporain britannique. Ensembles, ils participent au renouveau de la scène créative londonienne et constituent le peloton de tête des yBas, lesquels connaissent un succès marchand retentissant. Le groupe tire alors sa cohérence de son sens aigu de l'entrepreneuriat, de la solidarité que manifeste ses membres et des commentaires critiques qu'il suscite dans les médias non spécialisés (tabloïds, presse nationale et internationale).

⁹ Charles Saatchi a en effet largement contribué à lancer les yBa's au gré de généreuses commandes et donations. En bon connaisseur des techniques publicitaires, il conçoit l'exposition *Sensation*. Initialement installée à la *Royal Academy of Arts* de Londres à l'automne 1997, elle est ensuite montrée au *Brooklyn Museum of Art* de New York en octobre 1999, où elle déclenche alors un scandale médiatique fondateur. Les œuvres exposées sont impertinentes, sulfureuses et ironiques, parfois même choquantes et décadentes, mais restent efficaces et facile d'accès : Damien Hirst y présente notamment quelques vaches découpées en tranche de même qu'un requin, tous plongés dans du formol (respectivement *Some Comfort Gained from the Acceptance of the Inherent lies in Everything* et *The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*); Chris Ofili expose une madone noire fabriquée en partie avec de la bouse d'éléphant (*The Holy Virgin Mary*); les frères Chapman fabriquent des mannequins d'enfants avec des organes génitaux et anaux sur le visage (*Zygotic acceleration, biogenetic, de-sublimated libidinal model* et *Tragic anatomies*); et Marcus Harvey crée un portrait de Myra Hindley, la célèbre mère infanticide, à l'aide d'empreintes de mains d'enfants (*Myra*). Cette exposition a largement contribué à asseoir la notoriété des artistes présentés qui n'était encore que modérée au début des années 90. Les ventes très médiatisées qui suivirent se démarquèrent par les prix record obtenus par ces jeunes artistes vedettes.

Tous les créateurs de South Shoreditch ne s'impliquent pas de la même manière dans la vie du quartier : certains profitent des locaux peu chers, d'autres ne font que fréquenter les lieux, d'autres encore y vivent. Une dernière catégorie d'individus se distingue toutefois. A cheval entre plusieurs mondes (artistique, économique et médiatique), ces personnages métis – que B. Lange (2005) nomme les « culturepreneurs » – s'appuient sur de multiples réseaux pour mener à bien leur projet professionnel. J. Compston est sans doute le plus entreprenant d'entre eux. Son ambition est clairement territoriale. Installé dans le quartier en 1992, il favorise les nombreuses intermédiations nécessaires à la création. Depuis sa galerie, il organise des manifestations en plein air, des fêtes et des festivals qui, fait notable, s'émancipent des pratiques traditionnelles de la monstration pour mieux investir le quartier dans son ensemble, l'espace public et les murs qui le bordent. Car si l'art se produit, il se met également en scène. Aux côtés de J. Compston, nombre d'artistes, seul ou collectivement, ouvrent des lieux d'exposition temporaire (ou plus permanent), des graffeurs – parmi lesquels le célèbre Banksy – ré-enchantent les façades décrépités et des DJs, forts de l'isolement des lieux, organisent des soirées clandestines. Progressivement, une faune bigarrée s'approprie le quartier de jour comme de nuit et montre une sympathie évidente à l'égard des modalités locales du *face-à-l'art* : certaines friches sont réanimées ponctuellement à l'occasion de *warehouse* ou de *free parties*, des manifestations d'art et des expositions sont improvisées en plein air, etc.

De support d'une colonie artistique, South Shoreditch en devient le ciment. Les effets sont immédiats. Le milieu relationnel se consolide à mesure que se multiplient les lieux et situations de *face-à-face* dédiés aux créateurs. Nombre des espaces de production et

de diffusion artistiques du quartier sont gérés par des individus qui se montrent plus solidaires que concurrents. La vocation de ces *artist-run spaces* (centres d'artistes autogérés) est avant tout l'autopromotion d'un groupe et non le commerce de l'art. Initialement confinées à South Shoreditch et ses alentours, ces petites structures très prolifiques dans les années 1990 se diffusent dans l'East End et se répandent dans Hackney, le long de Bethnal Green Road, à Spitalfields, dans le Mile End et Stepney mais également dans le Southbank et à Westminster. Par ailleurs, quelques pionniers se lancent dans le *web design*¹⁰ et mutualisent leur savoir-faire. Issus pour la plupart des scènes rave et artistique, du monde de la télévision et de l'informatique, ceux-là, armés d'un regard neuf, constituent la main d'œuvre des premiers studios et donnent une tonalité plus artistique que fonctionnelle à leurs produits. Beaucoup d'entre eux se connaissent depuis leurs années de formation, d'autres entretiennent des relations amicales, sinon de confiance, héritées de leurs pratiques culturelles communes, comme en témoigne un designer interviewé :

J'ai déménagé ici en 1996, c'était très bon marché et je connaissais le quartier depuis des années. Il y avait beaucoup d'autres sociétés comme la notre et on pouvait rencontrer des gens dans la rue pour partager des idées et des tuyaux. Les entreprises étaient vraiment petites et on s'intéressait tous à ce que les autres

¹⁰ Outre-manche, l'apparition du *web design* se situe vers le milieu des années 1990 et se confond avec celle de l'art numérique. A l'origine, c'est un phénomène londonien qui s'organise autour d'artistes-activistes qui, portés par le développement exponentiel des NTIC, profitent de la frilosité que manifestent à cette époque les graphistes professionnels, les grandes institutions universitaires et artistiques, et les médias imprimés classiques pour s'adonner à des expérimentations artisanales et bricolées dans le domaine de la création graphique digitale et la conception d'interfaces *web*.

faisaient. L'ambiance était plutôt à la coopération-compétition qu'à la concurrence acharnée. Ce sentiment d'appartenance à une communauté était vraiment lié à cet esprit très work-live comme dirait les agents-immobiliers, c'est à dire que les gens avaient tendance à vivre, travailler et socialiser dans le même espace¹¹ (traduction de l'auteur).

Fort de la présence du LUX Centre for film, vidéo and digital arts¹² qui ouvre ses portes en 1997, South Shoreditch se positionne rapidement en tant que cyber district spécialisé dans l'infomédiation¹³. En définitive, si South Shoreditch devient un quartier artistique, c'est parce que l'on y produit l'art autant qu'on l'expose, le mobilise pour des applications économiques et le consomme localement.

¹¹ « I moved here in 1996 because it was very cheap and I knew the area from years ago. There were a lot of other companies like us and you met people in the street who shared ideas and knowledge. Because it was almost all small businesses, there was always interest in what everyone else was doing.' The atmosphere was one of 'co-opertition' rather than cut-throat competition. And this sense of community was furthered by the area being, in estate-agent speak, very «work-live », meaning that people tend to live, work and socialise all in one area ».

¹² Deux organismes se partagent les locaux du LUX : la London Electronic Arts (fondée en 1976) et la London Film Makers Co-op (fondée en 1966). En plus d'un cinéma, on y retrouve une galerie (la LEA participe activement à la distribution des œuvres d'art électronique), une médiathèque, un bar et des studios équipés pour la production et la post-production cinématographique (analogique ou digitale). Conjointement, les deux associations délivrent des formations sur les outils multimédias, la production audiovisuelle, l'animation et la création graphique, la programmation, etc. De même, sont régulièrement organisés des symposiums, des expositions et toute une série d'évènements autour des nouveaux médias. Le LUX s'impose rapidement comme lieu de *face-à-face* mais également de *face-à-l'art* incontournable dans le monde des nouveaux médias.

¹³ Ces districts sont spécialisés dans la production de l'ensemble des services et prestations nécessaires à l'utilisation du réseau Internet (portails, sites agrégateurs d'informations ou créateurs de contenu multimédia, *web design*, etc.).

Ce faisant, le quartier change. Mieux, il expose ses changements. A mesure que s'imposent les yBas sur la scène artistique internationale, il abandonne sa clandestinité pour une plus grande notoriété. Certains artistes se positionnent désormais sur le marché de l'art, non pas autour d'une innovation technique ou d'une forme d'expression mais plutôt comme des artistes « de » South Shoreditch. En occupant les bâtiments et en investissant l'espace public, ceux-là se construisent autour d'une identité spatiale, en tant que groupe social, en même temps qu'ils renouvellent le territoire dans lequel ils vivent, travaillent et socialisent. Par la manière dont ils s'inscrivent dans l'espace, ils en produisent une représentation qui leur est propre. Fait marquant, Hoxton square, lieu jusque-là inconnu, devient une véritable centralité artistique de rang métropolitain. Concentrant, la plupart des espaces créatifs et récréatifs du quartier, le square accueillent régulièrement les événements culturels qu'organise, notamment, Joshua Compston. Ce phénomène, réinterprété par les médias, est fondateur du paysage qui se dessine. Précisément, le quartier se voit rebaptisé Hoxton. Reste que cette consécration médiatique demeure la manifestation symbolique des transformations physiques et esthétiques qu'opèrent les artistes. En capturant l'identité artistique de South Shoreditch au détriment de son passé industriel et ouvrier, le mot Hoxton le rend mobile, pour ne pas dire attractif. Aussi, de nouveaux acteurs font-ils leur entrée :

- les galeristes qui, profitant de l'aura du prestigieux White Cube – lequel s'installe sur Hoxton square en avril 2000 –, sont à l'affût d'une innovation esthétique ;
- les *start-up* spécialisées dans le *web design* qui, en s'installant dans le quartier, pensent combler leur déficit de légitimité sur la scène économique ;

- et enfin, les développeurs qui, en se saisissant de l'ouverture temporaire qu'offre le borough, cherchent à promouvoir de nouveaux produits immobiliers.

Ensemble, ils participent à la requalification de South Shoreditch en un véritable « quartier branché » (Bovone, 2005) : les lieux de *face-à-l'art* se diversifient au profit de clubs et superclubs très dynamiques ; restaurants et bars « underground » pullulent ici ou là ; modes vestimentaires et coupes de cheveux naissent et meurent au rythme de tendances extrêmement volatiles ; des librairies d'art éclosent aux côtés de magasins alimentaires spécialisés. Signe d'une santé économique revigorée, le marché immobilier s'enflamme. Le borough tente de l'apaiser, mais c'est en vain. Les guides de planification s'amoncellent en même temps que fleurissent les opérations immobilières. Sa position est toutefois ambiguë : d'un côté, il ne peut que se réjouir d'une telle relance ; de l'autre, elle ne profite guère aux populations locales et semble ne s'adresser qu'aux « yuppies » et autres membres d'une « service class » en mal d'activité.

4.2 L'avènement d'une centralité récréative (2000-2010)

Dès le début des années 2000, l'atmosphère alternative originelle s'évapore au profit d'une nouvelle forme de culture locale (née du mélange des pratiques sociales et professionnelles des jeunes travailleurs du multimédia), laquelle est raillée par les médias qui s'empressent de faire d'Hoxton (avatar médiatique de South Shoreditch) le parangon d'une société de l'image en perdition. Au demeurant, l'ouverture du quartier s'intensifie. Le milieu relationnel d'hier fait place aux tribus d'aujourd'hui. Amateurs d'art, résidents, clubbers et touristes s'encanaillent dans ce territoire qui, une décennie

auparavant, n'apparaissait dans aucun guide de voyage (Shaw et Macleod, 2000). Les individus ont à South Shoreditch l'occasion de se croiser, de se frôler et de se toucher. Ils établissent des interactions, parfois même des groupes se créent autour d'une affinité, d'un goût partagé, d'un son. Ces rapports tactiles, si éphémères soient-ils, refondent la structuration sociale du quartier et se cristallisent de manière scénique dans l'espace de la rue (Lloyd, 2006).

La superposition de ces phénomènes accélèrent la transformation du quartier et se traduit par :

- une forte contigüité d'activités créatives qui ne profitent guère de synergies significatives – c'est plus particulièrement le cas des *start-up* qui, opérant sur les mêmes marchés et présentant des profils similaires (dans les modèles d'affaires, dans les formes de financement et de rémunération, et dans le type de ressources humaines mobilisées), entretiennent des relations plus concurrentielles que complémentaires et solidaires ;
- un déséquilibre territorial dans la distribution des lieux et situations de *face-à-face* et de *face-à-l'art* au détriment de la création mais à l'avantage de la diffusion : les *artists-run spaces* et autres espaces collectifs sont progressivement remplacés par des lieux (tels que les galeries) où l'on consomme plus qu'on ne produit l'art ;
- une hausse substantielle des valeurs foncières et locatives ;
- et le départ des artistes et des petites entreprises (spécialisées notamment dans le *web design*) les plus précaires.

En réalité, tandis que la structure sociale du quartier artistique s'efface, une véritable centralité récréative s'affirme, laquelle émerge « de la concentration auto-entretenu des supports attractifs qui s'y cooptent, chacun profitant du potentiel attractif du voisinage, et contribuant par sa présence à renforcer ce potentiel » (Bordreuil, 1994, p.179). Il suffit d'analyser les documents d'urbanisme pour s'en convaincre. Porté au rang d'*Opportunity area*, le quartier est désormais présenté comme un pôle qui organise plus qu'il ne subit son environnement urbain :

- on s'y déplace pour se restaurer le midi sur une terrasse, pour assister à l'inauguration d'une exposition, pour flâner le week-end ou encore faire la fête,
- on y vit, profitant d'une localisation privilégiée au regard des aménités proches (commerce, transports en commun, équipements culturels et sociaux, etc.)
- on y travaille dans des domaines aussi variés que l'architecture, la culture ou encore le secteur financier.

Aujourd'hui, South Shoreditch fait l'objet d'une certaine forme de sanctuarisation. En effet, dès le début des années 2000¹⁴ les projets de développement qui éclosent dans la

¹⁴ Le conflit se cristallise en juillet 2000, lorsque le gérant d'un bar-restaurant situé sur le site de Northgate à l'interface de la City et de South Shoreditch mobilise ses clients, parmi lesquels Alexander McQueen et Gavin Turk, (membres des yBas), pour s'opposer au projet d'aménagement du site de Norton Folgate envisagé par Railtrack (propriétaire et exploitant du chemin de fer), sur lequel se situe ce bar. Exclu de la zone patrimonialisée de la South Shoreditch Conservation Area définie en 1991, le bâtiment est un générateur électrique victorien construit en 1893, mais non classé. Investissant des sommes importantes dans la restauration du bâtiment à un moment où l'économie récréative se développe entre la City et le quartier, le gérant qui loue le bâtiment à Railtrack parvient à défendre auprès de la municipalité l'idée que la construction de bureaux à l'emplacement du générateur menacerait la

portion méridionale du quartier sont à l'origine de conflits majeurs entre les développeurs, le borough et le Grand Londres d'un côté, et de puissantes associations de défense du patrimoine de l'autre. Au moyen de campagnes savamment médiatisées, toutes militent pour la préservation de l'architecture industrielle du quartier et perçoivent, les avancées de la City soutenues par l'autorité métropolitaine comme « une colonisation par le centre financier voisin d'un quartier historique dont les héritages doivent être protégés et valorisés » (Appert et Drozd, 2010, p. 122). L'une d'entre-elles, *Open Shoreditch*, certainement la plus virulente, mobilise dans ses stratégies d'action et de communication les artistes travaillant dans l'East End et quelques-uns des yBas résidents – seuls créateurs suffisamment solides financièrement pour se permettre de vivre dans le quartier –, lesquels confèrent à ces organismes la légitimité médiatique nécessaire à leur entreprise.

Conclusion

La création relève d'une action collective qui engage un large panel d'intermédiaires, depuis les professionnels de l'art jusqu'aux publics. Au gré de ses projets, l'artiste est amené à activer ses réseaux d'affinités, à multiplier les contacts et à diffuser son travail. La tâche est complexe et repose notamment sur la capacité qu'il développe à consolider et entretenir cet ensemble relationnel structurellement instable. Ces moments d'intermédiations s'appuient sur trois types de configurations aux dimensions à la fois sociales et spatiales : les lieux et situations de *face-à-face*, les lieux et situations de *face-*

cohérence paysagère de la zone patrimonialisée qui le jouxte. La municipalité d'Hackney refuse la demande de permis de construire mais ne classe pas pour autant le bâtiment dans la zone patrimonialisée du sud de South Shoreditch (Appert et Drozd, 2010).

à-l'art, les lieux et situations où *face-à-face* et *face-à-l'art* sont simultanés. Si le *face-à-face* est irremplaçable dans la communication de ce qui est difficile à coder (une innovation technique, un savoir-faire), le *face-à-l'art* s'impose en tant que rapport sensible entre un individu (un créateur, un touriste, un amateur, un client) et une œuvre. Ces configurations président autant au processus créatif, qu'à l'exposition et à la vente de l'art. Dès lors qu'elles se concentrent, l'on peut parler de quartier artistique. L'intérêt de cette dernière notion est qu'elle positionne l'artiste comme un acteur qui émet des choix, qui s'implique au sein de stratégies collectives et qui est capable de mobiliser de nombreuses ressources afin de mener à bien ses propres desseins. Chacune de ses actions transforme le quartier, lequel change de statut : de support, il devient paysage. Ici, le territoire tient une place centrale tant son évolution pèse sur le devenir des créateurs qui s'y regroupent.

A bien des égards, les quartiers artistiques apparaissent comme des manufactures de sens. L'exemple de South Shoreditch le montre bien. A la fois lieux de consommation et de production de culture, ces entités gagnent en cohérence à mesure que se répètent les rencontres entre les créateurs et leur(s) public(s). Toutes les étapes de la chaîne de production s'y sédimentent, si bien que *face-à-face* et *face-à-l'art* se fondent en une organisation sociale complète. Les biens et services élaborés dans le quartier sont soit consommés localement (par ceux qui y vivent et/ou travaillent, et par les populations qui s'y déplacent), soit exportés. De ces pratiques, se dégage une atmosphère singulière, une véritable culture, laquelle est doublement fondatrice d'un savoir-faire et d'un mode de vie idiosyncratiques. Ces externalités mènent à une bifurcation territoriale presque inévitable qui se manifeste par la domination des activités de récréation sur celles de

création. L'agrégat originel s'effaçant, une nouvelle forme sociale apparaît, laquelle fédère désormais les individus autour de pratiques communes de consommation symbolique.

5. Bibliographie

Ambrosino, Charles (2009), *Créateurs de ville. Genèse et transformation d'un quartier artistique de Londres*, Thèse pour l'obtention du doctorat en Urbanisme et d'Aménagement, Grenoble, Université Pierre Mendès France

Appert, Manuel et Martine Drozdz (2010), « Conflits d'aménagement aux marges nord-est de la City de Londres », *Hérodote*, vol. 137, no 2, p. 119-134.

Augoyard, Jean-François et Martine Leroux (1999), *Médiation artistiques urbaines*, Grenoble, Plan Urbain

Aydalot, Philippe (1986), *Milieus innovateurs en Europe*, Paris, GREMI

Bagnasco, Arnaldo (2003), *Società fuori squadra*, Bologna, Mulino

Bain, Alison (2003), «Constructing contemporary artistic identities in Toronto neighborhoods», *Canadian Geographer*, vol. 48, no 3, p.303-325.

Banks, Mark (2006), « Moral economy and cultural work », *Sociology*, vol. 40, no 3, p. 455-472.

Becattini, Giacomo (1992), « Le district marshallien : une notion socio-économique », dans Benko, Georges. et Alain Lipietz (dir.), *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, Paris, PUF, p. 35-46.

Becker, Howard (2006), *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion

Bovone, Laura (2005), « Fashionable quarters in the postindustrial city: the Ticinese of Milan », *City and Community*, vol. 4, no 4, p. 359-379.

Bureau, Marie-Christine, Marc Perrenoud et Roberta Shapiro (2009), *L'artiste pluriel. Démultiplier l'activité pour vivre de son art*, Villeneuve d'Ascq, PUS

Calenge, Pierric (2008), « Créativité et dynamiques métropolitaines des industries culturelles : le cas de l'industrie musicale à Paris et en Seine-Saint-Denis », dans Halbert, Ludovic (dir.), *Paris, métropole créative : clusters, milieux d'innovation et industries culturelles en Ile-de-France*, Paris, PUCA, p. 112-142.

Cameron, Stuart et Jon Coaffe (2005), « Art, gentrification and regeneration – from artist as pioneer to public arts », *European Journal of Housing Policy*, vol. 5, no 1, p. 39-58.

Charmes, Eric (2005), « Le retour à la rue comme support de la gentrification », *Espaces et sociétés*, vol. 122, no 3, p. 115-137.

Crewe, Louise et Jonathan Beaverstock (1998), « Fashioning the city: cultures of consumption in contemporary urban spaces », *Geoforum*, vol. 29, p. 1287-1308.

Fourmentraux, Jean-Paul (2008), « Œuvres en partage. La création collective à l'ère d'Internet », *Connexions*, vol. 90, no 2, p. 179-191.

Granovetter, Mark (2006), « L'influence de la structure sociale sur les activités économiques », *Sociologies Pratiques*, vol. 2, no 13, p. 9-36.

Gravereau, Sophie (2008), *Artistes de Belleville : entre monde de l'art et territoires urbains*, Thèse pour l'obtention du doctorat de sociologie, Paris, Ecole des hautes études en sciences sociales

Grefte, Xavier (2002), *Le développement local*, Paris, Eds. Aube

Halbert, Ludovic (2008), « Métropole, créativité et industries culturelles », dans Halbert, Ludovic (dir.), *Paris, métropole créative : clusters, milieux d'innovation et industries culturelles en Ile-de-France*, Paris, PUCA, p. 215-234.

Hannigan, John (2007), « From fantasy city to creative city », dans Richards, Greg et Julie Wilson (dir.), *Tourism, creativity and development*, New York, Routledge, p. 48-57.

Hall, Peter (1998), *Cities in Civilization*, Londres, Pantheon Books

Landry, Charles (2000), *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*, Londres, Comedia/Earthscan Publications Ltd.

Lange, Bastian (2005), « Socio-spatial strategies of culturepreneurs. The example of Berlin and its new professional scenes », *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 49, p. 79-96.

Leadbeater, Charles et Kate Oakley (1999), *The Independents: Britain's New Cultural Entrepreneurs*, London, Demos

Ley, David (2003), « Artists and aesthetisation and field of gentrification », *Urban studies*, vol. 40, no 12, p. 2527-2544.

Lloyd, Richard (2006), *Neo-bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*, New York, Routledge

Marshall, Alfred (1906), *Principes d'économie politique*, Paris, V. Giard et Brière

Mommaas, Hans (2004), « Cultural clusters and the post-industrial city: towards the remapping of urban cultural policy », *Urban Studies*, vol. 41, no 3, p. 507-532.

Nicolas-Le-Strat, Pascal (1998), *Une sociologie du travail artistique. Artistes et créativité diffuse*, Paris, L'Harmattan

Rodriguez, Véronique (2002), « L'atelier et l'exposition, deux espaces en tension entre l'origine et la diffusion de l'oeuvre », *Sociologie et sociétés*, vol. 34, no 2, p. 121-138.

Roy-Valex, Mirtille (2010), « Arts, territoires et « nouvelle économie » : Quelles perspectives ouvertes par la théorie du capital créatif ? », dans Tremblay, Rémy et Diane-Gabrielle Tremblay (dir.), *La classe créative selon Richard Florida. Un paradigme urbain plausible?*, Québec, Presses de l'Université du Québec et Presses Universitaires de Rennes, p.37-79.

Santagata, Walter (2002), « Cultural districts, property rights and sustainable economic growth », *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 26, p. 9-23.

Shaw, Steven et Nicola Mac Leod (2000), « Creativity and conflict: cultural tourism in London's City fringe », *Tourism, Culture and Communication*, vol. 2, no 3, p. 165-175.

Simpson, Charles (1981), *Soho: the artist in the city*, Chicago, University Press of Chicago

Storper, Michael et Venables Anthony (2004), « Buzz : Face to Face Contact and the Urban Economy », *Journal of Economic Geography*, vol. 4, no 4, p. 351-370.

Traversier, Mélanie (2009), « Le quartier artistique : un objet pour l'histoire urbaine », *Histoire urbaine*, vol. 26, p.5-20.

Vivant, Elsa (2006), *Le rôle des pratiques culturelles off dans les dynamiques urbaines*, Thèse pour l'obtention du doctorat d'urbanisme et d'aménagement, Paris, Université Paris 8

Vivant, Elsa et Eric Charmes (2008), « La gentrification et ses pionniers : le rôle des artistes off en question », *Métropoles* (3)

[<http://metropoles.revues.org/document1972.html>]

Waellisch, Ulrike (2008), « Créativité individuelle et processus territoriaux d'un milieu créatif: les artistes visuels à Paris et en Seine-Saint-Denis », dans Halbert, Ludovic (dir.), *Paris, métropole créative : clusters, milieux d'innovation et industries culturelles en Ile-de-France*, Paris, PUCA, p. 16-61.

Zukin Sharon (1982), *Loft living: culture and capital in urban change*, Baltimore, Johns Hopkins University Press