



**HAL**  
open science

# Les espaces de coworking comme clubs ? Créativité et entre-soi dans les espaces collaboratifs spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs

Basile Michel

## ► To cite this version:

Basile Michel. Les espaces de coworking comme clubs ? Créativité et entre-soi dans les espaces collaboratifs spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs. *Interventions Economiques : Papers in Political Economy*, 2022, 68, <https://doi.org/10.4000/interventionseconomiques.19317>. 10.4000/interventionseconomiques.19317. halshs-03884525

**HAL Id: halshs-03884525**

**<https://shs.hal.science/halshs-03884525>**

Submitted on 5 Dec 2022

**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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

---

## Les espaces de coworking comme clubs ? Créativité et entre-soi dans les espaces collaboratifs spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs

*Coworking Spaces as Clubs? Creativity and Lock-in in Collaborative Spaces  
Specialized in the Cultural and Creative Sectors*

**Basile Michel**

---



**Édition électronique**

URL : <https://journals.openedition.org/interventionseconomiques/19317>

DOI : [10.4000/interventionseconomiques.19317](https://doi.org/10.4000/interventionseconomiques.19317)

ISBN : 1710-7377

ISSN : 1710-7377

**Éditeur**

Association d'Économie Politique

**Référence électronique**

Basile Michel, « Les espaces de coworking comme clubs ? Créativité et entre-soi dans les espaces collaboratifs spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs », *Revue Interventions économiques* [En ligne], 68 | 2022, mis en ligne le 29 novembre 2022, consulté le 02 décembre 2022. URL : <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/19317> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/interventionseconomiques.19317>

---



Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

# Revue Interventions économiques

Papers in Political Economy

68 | 2022

Les living Labs : des espaces d'innovation sociale pour le développement économique et social des territoires et des populations

---

## Les espaces de coworking comme clubs ? Créativité et entre-soi dans les espaces collaboratifs spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs

*Coworking Spaces as Clubs? Creativity and Lock-in in Collaborative Spaces  
Specialized in the Cultural and Creative Sectors*

Basile Michel

---



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/interventionseconomiques/19317>

ISBN : 1710-7377

ISSN : 1710-7377

Éditeur

Association d'Économie Politique

---

Ce document a été généré automatiquement le 30 octobre 2022.

---

# Les espaces de coworking comme clubs ? Créativité et entre-soi dans les espaces collaboratifs spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs

*Coworking Spaces as Clubs? Creativity and Lock-in in Collaborative Spaces Specialized in the Cultural and Creative Sectors*

**Basile Michel**

---

## 01. Introduction

- 1 Considérés dans les sphères académiques et politiques comme l'un des moteurs principaux de l'économie de la connaissance et de l'innovation (Ananian et Borde, 2021 ; Caves, 2000 ; Cooke et Lazzaretti, 2008 ; KEA, 2006 ; Liefooghe, 2010), les secteurs culturels et créatifs<sup>1</sup> sont paradoxalement caractérisés par un niveau d'incertitude du marché élevé, une concurrence exacerbée, la difficulté à trouver des soutiens financiers, la précarité des emplois et l'irrégularité (ainsi que la faiblesse dans bien des cas) des revenus des travailleurs (Menger, 2012 ; Michel et Ambrosino, 2019 ; Vivant, 2011). Les professionnels de ces secteurs se trouvent imbriqués dans une économie de projet fonctionnant sur l'enchaînement perpétuel de projets ponctuels et nécessitant de leur part une grande flexibilité et la multiplication de réseaux relationnels interpersonnels (Burkhardt-Bourgeois *et al.*, 2021 ; Comunian, 2012 ; Menger, 2002 ; Sagot-Duvaouroux, 2017).
- 2 Ainsi, pour faire face au contexte d'incertitude, d'instabilité et de précarité dans lequel une grande partie d'entre eux évolue, les artistes, designers, architectes et autres professionnels des secteurs culturels et créatifs ont notamment recours à des espaces

collaboratifs de travail (Michel, 2018a)<sup>2</sup>. Intégrés dans le large panel des *coworking spaces* (espaces de *coworking*), ces espaces regroupent de petites entreprises et associations indépendantes les unes des autres au sein d'un même lieu de travail (Capdevila, 2015 ; Marinos, 2018). Ils ont pour but, d'une part, de diminuer les coûts locatifs et matériels via la mutualisation, et d'autre part, de favoriser l'émergence d'interactions et de collaborations entre les activités présentes (Brown, 2017 ; Gandini, 2015 ; Merkel, 2015 ; Spinuzzi, 2012). Dans le cas des professionnels de la culture et de la créativité, la constitution de ces espaces s'accompagne de l'émergence de collectifs de travailleurs culturels et créatifs (Michel, 2018a), qui peuvent aller jusqu'à former des communautés d'utilisateurs et de gestionnaires des lieux (les *coworkers*) (Capdevila, 2015 ; Garrett *et al.*, 2017).

- 3 Les espaces de *coworking* sont généralement perçus et présentés dans la littérature scientifique de façon positive comme des espaces ouverts d'innovation et des lieux de rencontres et de croisements aléatoires accessibles à tous et accueillants (Bouncken et Reuschl, 2018 ; Capdevila, 2015 ; Fabbri et Charue-Duboc, 2016 ; Genoud et Moeckli, 2010 ; Moriset, 2017). Leur réalité semble pourtant plus complexe et diverse, notamment du fait d'un degré d'ouverture variable suivant les cas et de l'apparition de logiques d'enfermement social (Krauss et Tremblay, 2020 ; Michel, 2019 ; Suire, 2013). Dès lors, en s'appuyant sur le cas d'espaces collaboratifs réservés à des travailleurs culturels et créatifs à Nantes et Grenoble, l'objectif de cet article est de montrer que certaines catégories d'espaces de *coworking*, loin de coïncider avec l'image courante de lieux ouverts à tous, fonctionnent en fait tels des clubs fermés et sélectifs.
- 4 Suivant la théorie économique (Buchanan, 1965), les clubs sont définis comme des regroupements volontaires d'individus autour de ressources partagées dont la jouissance est réservée à des membres sélectionnés. Ils portent à la fois une dynamique collective de partage, et une logique de sélection sociale et d'entre-soi. Questionner leur existence au sein des espaces collaboratifs de travail occupés par des professionnels de la culture et de la créativité doit permettre de renseigner les réalités sociales et économiques de ces lieux, à la fois en termes de modes d'organisation, de réseaux relationnels et de créativité. Comment s'organisent socialement les travailleurs culturels et créatifs au sein d'espaces de travail qu'ils partagent ? Quelle est la logique sous-jacente à leur regroupement dans ces espaces ? Quelles interactions sociales et quels échanges économiques y développent-ils ? Quel est le degré d'ouverture de ces collectifs de travailleurs ? Ces derniers sont-ils favorables aux dynamiques de créativité ?
- 5 L'hypothèse d'espaces de *coworking* fonctionnant tels des clubs constitue une grille d'analyse conceptuelle construite *a posteriori* de la compilation de multiples observations empiriques, et non une grille théorique préconçue à partir de laquelle auraient été sélectionnés et analysés les cas empiriques. Cette hypothèse a émergé à partir d'enquêtes qualitatives dans divers lieux de travail partagés par des professionnels de la culture et de la créativité à Nantes et Grenoble, et notamment de la récurrence des logiques de sélection sociale et d'entre-soi en leur sein.
- 6 Cet article est organisé en trois parties. La première dresse le cadre théorique de la recherche en discutant des espaces de *coworking* puis du concept de club. La deuxième partie détaille la démarche méthodologique suivie, les actes d'enquêtes réalisés et les caractéristiques des espaces enquêtés. La troisième partie expose les résultats en mettant en avant les éléments qui alimentent l'hypothèse du club au sein de ces

espaces collaboratifs. La conclusion sera l'occasion de monter en généralité sur ce que nous montre le club concernant les espaces de *coworking* et sur ses implications en matière de créativité.

## 02. Cadre théorique : les espaces de coworking au prisme des clubs

### 2.1 Coworking : croissance et diversité des espaces collaboratifs de travail

- 7 Le *coworking* constitue un mode d'organisation du travail fondé sur le partage d'un même espace de travail par des individus appartenant à différentes organisations et mus par la volonté d'échanger et d'interagir entre eux (Capdevila, 2015 ; Michel, 2018a ; Parrino, 2015). Le mouvement initial du *coworking* est lancé dans le milieu du *web* et du logiciel libre californien au début des années 2000 et prône des valeurs de collaboration, d'entraide, d'ouverture et de communauté (Boutillier, 2018 ; Brown, 2017 ; Gandini, 2015 ; Waters-Lynch, Potts, 2017). L'objectif est d'offrir à des travailleurs indépendants l'accès à un espace partagé de travail à la fois équipé, stimulant, convivial et peu coûteux leur permettant notamment de sortir de l'isolement du travail à domicile et de développer leurs réseaux (Blein, 2017 ; Boboc *et al.*, 2014 ; Brown, 2017). Depuis, le *coworking* connaît un fort développement et la croissance du nombre d'espaces ne cesse de se poursuivre à travers le monde (Boutillier *et al.*, 2020 ; Deskmag, 2017), ce qui semble se confirmer après la crise de la Covid-19 qui a rappelé l'importance de pouvoir bénéficier d'un cadre de travail adapté (Leducq, 2021). Au fil de cette croissance, le *coworking* a connu un succès médiatique certain jusqu'à devenir un *buzzword* brandi par les opérateurs immobiliers et les pouvoirs publics dans leurs stratégies marketing (Gandini, 2015).
- 8 Ce développement quantitatif et ce succès médiatique entraînent une diversification des types d'espaces de *coworking*. Afin de rendre compte de cette diversité, Fabbri (2016) propose de différencier les espaces généralistes et les espaces spécialisés selon les secteurs d'activités et les types d'utilisateurs accueillis. Les premiers sont ouverts à tous les types de travailleurs (salariés, étudiants, indépendants, entrepreneurs...) et à tous les domaines d'activités (numérique, marketing...), tandis que les seconds définissent des critères restreignant l'installation d'un type particulier d'utilisateurs et/ou d'activités.
- 9 En complément, la typologie de Liefoghe (2016) permet de distinguer les espaces de *coworking* suivant la nature du projet qui sous-tend le lieu. Certains sont « de type associatif et communautaire » (Liefoghe, 2016, p. 184), c'est-à-dire gérés par une association dédiée ou autogérés par la communauté d'usagers<sup>3</sup>. Ils sont généralement portés par des entrepreneurs indépendants proches du mouvement initial du *coworking* qui cherchent à créer et proposer un espace de travail à partager avec d'autres entrepreneurs dans le but de mutualiser les moyens et de développer leurs réseaux. D'autres espaces s'apparentent au « modèle classique des centres d'affaires » (Liefoghe, 2016, p. 184) et répondent à la croissance des pratiques du travail flexible et nomade dans les grandes entreprises (Blein, 2017). Ils constituent des produits immobiliers standardisés proposés par de grands opérateurs immobiliers comme Regus dans un objectif d'ordre économique (Waters-Lynch et Potts, 2017). Le vocable

séduisant du « *coworking* » est alors utilisé pour renforcer l'attractivité d'une offre de location de bureaux et de salles de réunion.

- 10 Enfin, le degré d'ouverture des espaces de *coworking* aux utilisateurs potentiels est identifié comme un autre critère de différenciation (Michel, 2019). Un modèle ouvert d'espaces permet à toute personne qui le souhaite de s'y installer pour travailler dès lors qu'elle consent à payer le tarif en vigueur. Ce type d'espaces offre notamment un accès flexible à des bureaux pour des *coworkers* nomades qui peuvent s'installer à la journée et à la demi-journée. Au contraire, un modèle fermé réserve et attribue ses bureaux à un nombre réduit de membres permanents sélectionnés sans inclure d'offre nomade. Ce dernier type d'espaces se situe à la lisière de l'image courante du *coworking*, généralement associé à un espace partagé de travail accessible au plus grand nombre de manière flexible (Blein, 2017 ; Merkel, 2015), mais nombre d'espaces de *coworking* se développent sur ce modèle (Michel, 2018a et 2019 ; Parrino, 2015), en particulier dans les secteurs culturels et créatifs où le réseautage entre pairs est un atout dans le développement et la survie des structures (Comunian, 2012 ; Michel, 2018b).
- 11 Ces différentes typologies (non exhaustives) montrent la diversité des espaces de *coworking*. Leur point commun tient à la mise à disposition des utilisateurs d'un service immobilier (un espace de travail partagé équipé) et relationnel (liens et interactions socio-économiques entre *coworkers*) qu'ils participent à coproduire (Blein, 2017 ; Bouncken et Reuschl, 2018). Il est ainsi possible de retenir une définition large des espaces de *coworking* comme des espaces de travail partagés par des professionnels appartenant à différentes organisations et au sein desquels se développent des interactions, voire des collaborations, entre les usagers (Capdevila, 2015 ; Michel, 2018a). Cette définition fait référence à l'étymologie des *coworking spaces*, à savoir des espaces collaboratifs de travail, la dimension collaborative étant très variable selon les cas en fonction de la présence d'un animateur, de la motivation intrinsèque des *coworkers* à collaborer, de la complémentarité des membres, de la configuration interne des lieux, etc. (Brown, 2017 ; Fabbri et Charue-Duboc, 2013 ; Parrino, 2015).
- 12 Largement valorisés comme des lieux de rencontre et d'innovation ouverts symbolisant le renouveau de l'économie collaborative et des valeurs de partage, de coopération et d'ouverture (Bouncken et Reuschl, 2018 ; Capdevila, 2015 ; Genoud et Moeckli, 2010), les espaces de *coworking* sont aussi sujets à des risques d'enfermement social, voire de « consanguinité culturelle » (Van Den Broek, 2013, p. 1), car les communautés de travailleurs qui s'y forment tendent parfois à s'enfermer dans l'entre-soi et le conformisme (Suire, 2013). La coexistence de ces dynamiques collectives de partage et de ces formes d'entre-soi incite à analyser ces espaces au prisme des clubs et à en interroger les implications en termes de créativité, les processus de création nécessitant à la fois des réseaux de pairs, qui facilitent les échanges et les coopérations par le partage de préoccupations et de langages communs, et une ouverture à la diversité, qui favorise les regards décalés et nourrit le renouvellement des idées (Boschma, 2005 ; Cohendet *et al.*, 2008 ; Vivant, 2009).

## 2.2 Les clubs : partage des ressources entre ayants droit sélectionnés

- 13 Dès les années 1960, Buchanan (1965) formalise la théorie économique des clubs. Selon lui, il manque un chaînon essentiel dans les modes de gestion et d'utilisation des ressources entre la gestion publique et la gestion privée définies suivant la typologie des biens publics/privés de Samuelson (1954). Il définit alors les clubs comme des groupements volontaires d'individus autour de ressources dont seront exclus les non-membres via une sélection des entrées. Les membres s'acquittent d'un ticket d'entrée payant qui permet le financement des biens et des services mis en commun. L'idée générale des clubs est de mettre en commun et de partager des ressources pour en réduire les coûts, tout en veillant à limiter le nombre de membres pour en éviter la congestion et en assurer la jouissance optimale (Michel, 2017). La sélection des ayants droit et la recherche de la taille optimale en nombre de membres sont donc centraux dans les clubs (Buchanan, 1965 ; Sandler, 2013 ; Sandler et Tschirhart, 1980 et 1997).
- 14 L'observation de clubs dans différents contextes réels montre que ce mode d'organisation est porteur tant d'une dynamique collective de partage que d'une logique de sélection sociale et d'entre-soi. Les clubs de la bourgeoisie étudiés en sociologie en sont une illustration (Pinçon et Pinçon-Charlot, 2007). L'entrée des bourgeois dans un club résulte de leur volonté d'accéder à la fois à des équipements d'envergure inaccessibles individuellement (court de tennis...), et à des réseaux relationnels partagés qui augmenteront leur capital social et leur donneront accès à des informations stratégiques. L'entrée dans les clubs est strictement contrôlée par un système de sélection et de cooptation géré par les membres. Les candidats doivent ainsi passer différentes procédures (dossier et entretien) visant à établir leur adéquation avec les valeurs du club (puis payer les droits d'entrée et les cotisations). Outre la richesse économique et le statut social, la principale condition pour faire partie des candidats retenus est d'être coopté, ce qui engendre un fort entre-soi.
- 15 Un autre exemple tient aux *gated communities* (ensembles résidentiels fermés), qui fonctionnent comme « un club, dont les membres payent pour accéder à certains services et en sont propriétaires à titre collectif » (Le Goix, 2006, p. 112). Ce fonctionnement permet aux habitants membres de partager collectivement un lieu commun et les biens et services qui y sont associés (parc, terrain de sport, service de sécurité...). Ce partage se fait toutefois de manière exclusive puisque seuls les membres ont le droit de franchir les portes des *gated communities*. Cette exclusivité est protégée, dans le contexte étatsunien notamment, par une sélection des habitants qui s'opère suivant la capacité financière à payer le ticket d'entrée (l'achat d'une maison) et l'établissement de certaines conditions à remplir par les candidats telles que l'âge, la sympathie et la sociabilité (Le Goix et Webster, 2008).
- 16 Loin de se limiter aux milieux aisés, les clubs se développent dans des contextes socio-économiques divers comme les communes périurbaines françaises peuplées de diverses catégories sociales (Charmes, 2009), les différents *neighbourhoods* des villes (Webster, 2003), ou les quartiers créatifs abritant des professionnels de la culture et de la créativité issus d'horizons sociaux variés et souvent en proie à une précarité financière (Michel, 2018b).
- 17 En croisant la théorie économique et les réalités observées en sciences sociales, les clubs sont caractérisés par trois dimensions principales : (1) l'existence de ressources



matérielles ou immatérielles dont souhaitent bénéficier plusieurs individus, (2) la mise en place d'une sélection des entrées qui garantit l'accès aux ressources aux seuls ayants droit, (3) et la définition d'un groupe exclusif de partage dont les membres sont liés au niveau relationnel et spatial (réseaux et lieux appropriés collectivement). Comme cela a pu être fait à l'échelle de quartiers urbains (Michel, 2018b), ces trois dimensions constituent autant de critères à tester afin d'établir si les espaces collaboratifs occupés par des professionnels de la culture et de la créativité s'apparentent à des clubs. Elles serviront donc à analyser ces espaces et à en révéler les réalités à la fois en termes de fonctionnement, de réseaux, d'implications sur la créativité et de degré d'ouverture, notamment en montrant comment certains de ces lieux se distinguent des discours médiatiques et scientifiques (Capdevila, 2015 ; Genoud et Moeckli, 2010) qui valorisent le *coworking* comme des lieux de partage et d'ouverture à tous, propices aux croisements inopinés d'individus d'horizons divers.

### 03. Enquêtes dans des espaces de coworking spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs à Nantes et Grenoble

#### 3.1 Méthodologie pour tester les trois dimensions du club

18 Cet article est fondé sur des enquêtes qualitatives menées à différents moments entre 2013 et 2019 dans 30 espaces collaboratifs de travail, 18 à Nantes et 12 à Grenoble. Le choix de ces deux métropoles dépend du contexte général de la recherche (conduite sur les dynamiques culturelles et créatives dans plusieurs villes françaises) et repose sur la concentration du développement des espaces de *coworking* dans les territoires métropolitains (Moriset, 2017 ; Waters-Lynch, Potts, 2017). Ensuite, les espaces enquêtés ont été choisis suivant trois critères. Premièrement, ils sont tous localisés dans les secteurs centraux et péri-centraux des villes de manière à posséder des contextes géographiques comparables. Deuxièmement, ce sont tous des espaces de type associatif et communautaire, ce qui exclut les centres d'affaires gérés par de grandes firmes de l'immobilier proposant du *coworking* (Liefoghe, 2016), car seuls les premiers correspondent à la thématique de l'économie de la connaissance et des secteurs culturels et créatifs choisie pour cet article. Troisièmement, ils appartiennent tous à la catégorie des « espaces de coworking spécialisés » (Fabbri, 2016, p. 13) en accueillant spécifiquement des professionnels des secteurs culturels et créatifs, qui font partie des principaux utilisateurs d'espaces collaboratifs de travail (Deskmag, 2016 ; Michel, 2018a). Cette spécialisation sectorielle implique de fait l'existence de formes de sélection à l'entrée des espaces enquêtés, qu'il s'agira d'analyser. Ainsi, au sein de la diversité du *coworking* présentée dans la revue de la littérature, les lieux enquêtés se positionnent comme des espaces associatifs et communautaires, spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs, et pratiquant une sélection à l'entrée.

19 Au sein de ces espaces, 95 entretiens semi-directifs ont été conduits auprès des fondateurs, des gestionnaires et des *coworkers* membres (tableau 1)<sup>4</sup>. D'une durée moyenne de plus d'une heure, les entretiens avec ces travailleurs culturels et créatifs ont cherché à identifier : les raisons du recours à un espace collaboratif de travail ; les caractéristiques de leur activité professionnelle ; le fonctionnement interne de l'espace de *coworking* ; le réseau relationnel tissé à l'intérieur de cet espace (type et intensité des

relations) ; les avantages et les inconvénients perçus de l'appartenance à cet espace ; les liens tissés avec les autres acteurs du quartier et de la ville. Ce sont plus particulièrement les entretiens avec les fondateurs et les gestionnaires qui ont été déterminants pour comprendre le projet initial et le fonctionnement général des lieux, tandis que les entretiens avec les autres *coworkers* ont été utilisés pour confirmer le profil des utilisateurs, les pratiques concrètes, les relations tissées, etc.<sup>5</sup>

- 20 Afin de tester l'hypothèse du club dans les espaces de *coworking* au travers des trois dimensions précédemment définies, l'analyse des entretiens a été guidée par trois questionnements<sup>6</sup> : (1) quelles sont les ressources recherchées par ces travailleurs et dont ils bénéficient grâce à leur installation dans un espace collaboratif ? (2) Existe-t-il une sélection des entrées dans l'espace ? Si oui, par quels acteurs, avec quels moyens et dans quel but ? (3) Un groupe de partage réservé à des membres autorisés se constitue-t-il au sein de ces espaces ?

Tableau 1. Profil des travailleurs culturels et créatifs interrogés en entretien

<b>Nombre d'entretiens</b>	95		
<b>Statut dans l'espace</b>	Fondateurs	Gestionnaires	Coworkers
	30 %	6 %	64 %
<b>Genre</b>	♀		♂
	52 %		48 %
<b>Âge</b>	20-34 ans	35-49 ans	+ de 50 ans
	41 %	48 %	11 %
<b>Niveau de diplôme</b>	Bac+2/3		Bac+5
	40 %		60 %
<b>Situation familiale</b>	Sans enfant		Avec enfant(s)
	38 %		62 %
<b>Taille moyenne des entreprises et associations</b>	2,4 personnes		
<b>Secteur d'activité<sup>7</sup></b>	Arts	Architecture	Design
	27 %	20 %	20 %

Source : enquêtes de Basile Michel.

### 3.2 Les espaces de coworking pour travailleurs culturels et créatifs à Nantes et Grenoble

- 21 Tels qu'ils ont été définis, les espaces de *coworking* ne constituent pas « un type révolutionnaire d'espace de travail » (Fabbri, 2016, p. 13), et bien avant que le vocable du « *coworking* » ne se développe, un grand nombre d'espaces collaboratifs de travail existait déjà<sup>8</sup>. Ainsi, il est aujourd'hui possible d'observer des espaces de *coworking* qui se réclament de ce mouvement et utilisent ce vocabulaire, mais aussi des espaces de *coworking* qui continuent de se définir comme des « bureaux partagés » ou des « espaces collaboratifs ». Cette réalité entraîne une réelle difficulté dans la mesure quantitative du phénomène, le second type d'espaces étant souvent peu visible. Malgré cette limite, la croissance du nombre de *coworking spaces* semble réelle, en particulier dans les métropoles (Moriset, 2017 ; Tremblay et Scaillerez, 2020).
- 22 Nantes et Grenoble n'échappent pas à la règle : une recherche réalisée sur Internet permet de recenser plus d'une vingtaine de lieux se revendiquant « *coworking* » par ville<sup>9</sup>, sans compter les nombreux bureaux partagés ne cherchant pas à se rendre visibles. Ces deux villes abritent aujourd'hui de nombreuses initiatives de professionnels de la culture et de la créativité qui se matérialisent notamment dans l'existence d'espaces de *coworking*. Les lieux de mutualisation dans le milieu artistique comme Pol'n et Mann'Art(e), les espaces dédiés aux acteurs du numérique comme La Cantine et La Turbine.Coop, ou encore les lieux ouverts aux entrepreneurs culturels et créatifs tels que Dot Parade et La Factory constituent des exemples de la multiplicité des espaces collaboratifs de travail spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs présents à Nantes et à Grenoble.
- 23 Parmi ces lieux de *coworking*, 30 ont été enquêtés. Ces espaces sont tous issus d'initiatives privées ou associatives visant à proposer la colocation de bureaux entre plusieurs travailleurs culturels et créatifs appartenant à des structures indépendantes les unes des autres (8,5 structures par espace en moyenne). Les créateurs des lieux eux-mêmes font partie des *coworkers* qui mutualisent l'espace et le matériel tout en cherchant à créer des échanges voire des collaborations (photos 1 & 2). Ce faisant, ces espaces collaboratifs correspondent bien à des espaces de *coworking* tels qu'ils sont définis dans la littérature (Capdevila, 2015 ; Michel, 2018a). Pourtant, seuls 10 d'entre eux utilisent la terminologie du *coworking* pour se définir, la majorité préférant parler de « bureaux partagés ». Cette réalité tient au fait que seuls deux espaces proposent une offre pour des *coworkers* nomades à la journée et à la demi-journée, offre faisant partie de l'image courante du *coworking*. Pour tous les espaces, l'offre locative est constituée de postes de travail pour des travailleurs permanents, c'est-à-dire des *coworkers* dont la localisation dans l'espace est durable dans le temps (au moins plusieurs mois). Cette réalité s'explique également par l'opposition d'une partie des créateurs de lieux à la vision commerciale du *coworking* portée, selon eux, par les grands opérateurs immobiliers.

## Photos 1 &amp; 2. Espaces de coworking à Nantes et à Grenoble



Basile Michel, 2016.



Basile Michel, 2015. Les espaces de coworking sont organisés en open space (totalement ou partiellement). Ils sont composés de bureaux attribués à des travailleurs permanents, d'équipements professionnels variés (salle de réunion, imprimante...) et d'espaces communs de convivialité (cuisine, salon, terrasse...).

- 24 Un autre élément caractéristique de ces espaces tient à leur mode de gouvernance. Dans la majorité des espaces collaboratifs enquêtés (24 sur 30), tous les *coworkers* participent, en parallèle de leur propre activité professionnelle, à la gestion de l'espace au travers d'une structure associative ou privée associée au lieu et dont ils sont les uniques membres<sup>10</sup>. Par exemple, l'achat de matériel et le paiement du loyer sont réalisés via cette structure collective regroupant tous les *coworkers*. Au sein des autres espaces (6 sur 30), c'est une association loi 1901 dédiée à l'animation du lieu qui assure ce rôle de gestion avec un ou plusieurs salariés dont c'est la mission. Dans les deux cas, des réunions internes regroupant les *coworkers* sont organisées régulièrement pour, d'une part, assurer le bon fonctionnement de l'espace en abordant les questions d'approvisionnements notamment, et d'autre part, décider des actions communes à mener pour faire vivre le lieu et faciliter les échanges au travers de l'organisation de repas partagés ou d'ateliers de formation par exemple. Ainsi, qu'ils soient colocataires (23 sur 30) ou copropriétaires (7 sur 30) des locaux et des équipements, les travailleurs culturels et créatifs sont impliqués dans la cogestion des espaces de *coworking* : « On n'est pas des consommateurs d'un espace mis à disposition. Volontairement on vient s'y installer, volontairement on devient associés et donc forcément on est intéressés à la bonne gestion de l'espace. On n'est pas que des consommateurs de cet espace-là [...], on en est aussi des gestionnaires » (Architecte-urbaniste, Grenoble, 2016).

## 04. Les espaces de coworking pour travailleurs culturels et créatifs : des logiques de club

- 25 L'analyse des espaces de *coworking* spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs va dorénavant se structurer autour des trois dimensions principales des clubs définies précédemment : le regroupement autour de ressources, la sélection des entrées et la définition d'un groupe exclusif de membres.

### 4.1 Le recours aux espaces de coworking comme moyen d'accéder à des ressources matérielles et à des réseaux

- 26 Les raisons invoquées par les travailleurs culturels et créatifs quant au recours à un espace de *coworking* donnent à voir les éléments dont ils souhaitent bénéficier en intégrant ces lieux. Leur analyse doit donc éclairer les ressources auxquelles ils souhaitent accéder.
- 27 L'un des principaux souhaits exprimés par les professionnels de la culture et de la créativité en termes de conditions de travail est de bénéficier d'un bureau équipé avec une localisation centrale (86 % des personnes interrogées). D'une part, leur activité professionnelle nécessite certains équipements standards (internet, salle de réunion...) et spécifiques (matériel de sérigraphie, imprimante grand format...). D'autre part, ils désirent profiter de l'image positive, de l'accessibilité, de la connectivité et de la densité de services des espaces urbains centraux. Au vu de leurs niveaux de revenus instables et limités, l'accès à un bureau de qualité dans les quartiers centraux de Nantes et Grenoble est difficile, voire impossible. Dès lors, le partage des coûts de location et la mutualisation du matériel via l'entrée dans un espace collaboratif de travail deviennent une alternative sérieuse. Un artiste nantais reconnaît que c'est la seule solution pour

s'installer à proximité du centre-ville au vu des prix de l'immobilier : « On aurait du mal à trouver à ce niveau-là [de loyer] dans le quartier tout seul » (Artiste, Nantes, 2016). Le témoignage d'une architecte installée à Grenoble confirme l'importance de la réduction des coûts via le partage du loyer et des équipements dans le choix de recourir au *coworking* : « Ce qui nous intéressait tous, c'est la possibilité de partager les frais et que les frais ne soient pas trop élevés en ce sens » (Architecte, Grenoble, 2016). Du point de vue des fondateurs d'espaces, le positionnement est semblable : « Nous l'idée, à la base, elle est de mutualiser, de partager des moyens et des bonnes conditions de travail » (Cofondatrice d'un espace de *coworking*, Grenoble, 2016). C'est donc d'abord pour bénéficier de conditions immobilières (bureau), matérielles (imprimante...) et géographiques (localisation centrale) inaccessibles individuellement que les travailleurs culturels et créatifs ont recours aux espaces collaboratifs de travail.

- 28 Leur choix de recourir au *coworking* repose sur un deuxième facteur : la volonté de ne pas être seul et isolé au travail. Nombreux sont les *coworkers* à avoir expérimenté le travail à domicile et à en critiquer les effets néfastes sur la motivation et la crédibilité vis-à-vis des clients (75 % des personnes interrogées). Si la présence d'homologues permet de discuter amicalement au cours de la journée de travail et d'éviter l'isolement social, elle est aussi source de crédibilité par rapport aux clients. Appartenant à des structures de très petite taille, les travailleurs culturels et créatifs cherchent à crédibiliser leur entreprise ou leur association en affichant une image professionnelle. Dans cette quête de crédibilité, l'appartenance à un groupe d'activités culturelles et créatives regroupées dans un même espace de travail est perçue comme un atout. Elle permet de valoriser l'insertion dans un cadre professionnel plus dynamique et plus solide en comparaison de petites entreprises isolées ou installées à domicile. À Nantes comme à Grenoble, cet aspect est déterminant dans le choix de recourir à un espace collaboratif :
- 29 « Tu fais rêver les gens. Tu es free-lance en espace de coworking, les gens ils pensent que tu as la super belle vie. [...] Ça compte aussi de faire envie » (Indépendante en web design, Nantes, 2015) ; « Ça joue un peu sur la crédibilité. Quand on est seul, c'est plus fragile, tout de suite on met en doute les compétences de quelqu'un. Et là le fait d'être dans un local, à plusieurs, je pense que ça donne une autre image » (Architecte-urbaniste, Grenoble, 2016).
- 30 Le troisième motif principal d'entrée dans un espace de *coworking* pour ces travailleurs est d'intégrer des réseaux professionnels afin d'augmenter leur capital social et d'accéder à des marchés. Cette dimension est particulièrement recherchée par 76 % des personnes interrogées, à l'image de cette graphiste qui explique ainsi son choix de recourir à un espace collaboratif : « Ça m'intéressait beaucoup pour essayer de développer mon réseau professionnel et je voyais bien que c'était important d'être dans un endroit où on échange beaucoup, plutôt que d'être tout seul chez soi » (Graphiste, Nantes, 2013).
- 31 Pour ces travailleurs, la volonté de développer leurs réseaux professionnels en intégrant un espace de *coworking* répond à la fois à la recherche d'informations et de contacts pour développer leur activité, et à la recherche de contrats et de marchés via l'établissement de partenariats économiques avec d'autres membres de l'espace. Le témoignage de deux architectes indépendantes grenobloises montre l'importance de cette recherche de collaborateurs dans le choix de recourir à un espace de travail partagé avec d'autres professionnels des secteurs culturels et créatifs :



- 32 « J'ai tout de suite pensé à un bureau [partagé] parce que ça me semblait important d'être dans un lieu de travail, d'avoir une émulation collective, et puis comme j'étais en train de créer mon réseau, bah voilà c'était aussi de pouvoir être entourée de gens qui avaient réuni leurs réseaux et avec qui on savait que l'on pouvait bosser ensemble » (Architecte, Grenoble, 2016) ; « C'est quelque chose qui m'avait beaucoup attiré aussi, le fait qu'il y ait des professionnels de la même famille avec lesquels je pouvais m'associer » (Architecte, Grenoble, 2016).
- 33 Ces éléments montrent que les professionnels de la culture et de la créativité cherchent à intégrer des espaces de *coworking* pour des raisons similaires aux membres d'un club, à savoir accéder à des ressources matérielles inaccessibles individuellement et à des réseaux relationnels stratégiques.

## 4.2 Sélection des entrées par cooptation dans les espaces de coworking

- 34 Contrairement à l'image courante des espaces de *coworking*, perçus comme des lieux ouverts et librement accessibles pour un grand nombre de personnes, les espaces enquêtés ne sont accessibles qu'aux *coworkers* permanents<sup>11</sup>, c'est-à-dire aux travailleurs culturels et créatifs ayant un bureau attribué dans l'espace à long terme. À ce titre, ils s'inscrivent dans le modèle fermé des espaces de *coworking* défini dans la littérature (Michel, 2019). Seuls les *coworkers* permanents ont le droit d'entrer dans les bureaux et les ateliers partagés, soit un groupe réduit d'individus (20,4 personnes par espace en moyenne). Ces travailleurs sont soumis à une sélection opérée par les gestionnaires des espaces<sup>12</sup> : « On est des gestionnaires du lieu, [...] on choisit qui ont fait rentrer ou pas » (Architecte, Grenoble, 2016). Tant à Nantes qu'à Grenoble, il existe ainsi une sélection des entrées dans les espaces collaboratifs de travail. Cette sélection est appliquée à chaque fois que le départ d'un travailleur membre doit être compensé. Elle est menée via la réalisation d'entretiens informels entre les candidats et les gestionnaires de l'espace. Dans certains espaces, un dossier de candidature présentant les créations et la démarche professionnelle est exigé aux candidats en complément (5 sur 30). C'est sur la base de l'entretien et des dossiers que les gestionnaires déterminent qui aura accès au bureau libéré. Ce sont donc les membres de l'espace qui décident qui a le droit de s'installer avec eux.
- 35 Dans l'ensemble des espaces enquêtés, les membres suivent deux critères principaux pour sélectionner les candidats. Premièrement, les activités relevant des secteurs culturels et créatifs sont privilégiées, voire sont les seules à être acceptées dans la majorité des espaces enquêtés (18 sur 30), l'objectif étant de partager du matériel et des réseaux utiles dans les milieux de la culture et de la création. Ce critère est clairement affiché par les espaces sur leur site internet, à l'image d'un cas à Grenoble : « Studio de Co-Work Grenoblois. Lieu Associatif pour créatifs »<sup>13</sup>. Dans certains cas, la spécialisation sectorielle est plus précise, comme dans cet espace nantais réservé aux professionnels de l'image : « Au fil des allées et venues de nos membres, nous proposons régulièrement des places dans l'atelier. Ces places sont proposées aux professionnels indépendants de l'image »<sup>14</sup>.
- 36 Deuxièmement, les travailleurs membres cherchent à sélectionner des candidats sympathiques avec lesquels le contact relationnel est agréable et qui semblent avoir une façon de penser proche de la leur (intérêt pour l'échange et la discussion, volonté

de partager des expériences...). Pour les membres, il s'agit de sélectionner des professionnels qui s'intégreront dans la vie sociale du lieu :

- 37 « Il y a tout ce côté où on se connaît bien, où on a envie de passer des temps ensemble aussi, et où il y a plus qu'une convivialité dans le noyau dur. [...] Donc ça aussi c'est important quand on recrute les gens » (Architecte, Grenoble, 2016) ; « Il y a un tri naturel qui se fait en fonction du feeling avec les gens, ce qui permet que l'on soit tous dans la même dynamique » (Graphiste, Nantes, 2015).
- 38 Les candidats doivent donc remplir ces deux critères pour avoir une chance d'entrer dans un espace de *coworking* spécialisé dans les secteurs culturels et créatifs à Nantes et Grenoble. Toutefois, le plus important demeure d'être coopté, c'est-à-dire de connaître et de se faire recommander par l'un des membres (tableau 2). C'est en effet prioritairement par les réseaux personnels et professionnels des membres de l'espace que sont recrutés les nouveaux entrants. Ainsi, l'information concernant l'ouverture d'une place est d'abord diffusée dans les réseaux respectifs des membres, comme le montrent les propos d'une architecte au sujet de la démarche suivie pour remplacer un *coworker* sur le départ : « Le premier stade, c'est de diffuser une annonce auprès de notre réseau en fait. Donc on travaille plutôt sur de la cooptation en quelque sorte au départ. Et après, si ça ne marche pas... Ça honnêtement moi je ne l'ai pas connu. Pour l'instant, on a toujours réussi à fonctionner par cooptation » (Architecte, Grenoble, 2016).
- 39 La force de la cooptation dans les espaces de *coworking* est illustrée par la part majoritaire des travailleurs dont l'entrée a été permise par la connaissance d'un des membres de l'espace (60 % des personnes interrogées). Être coopté constitue ainsi le meilleur moyen d'intégrer les espaces, d'autant plus dans le contexte où certains lieux possèdent une liste d'attente leur permettant de refuser de nombreux candidats : « Ici c'est ultra-prisé. Si tu rentres, c'est que tu connais des gens, tu te fais pistonner, ou que tu as posé ta candidature depuis 6 mois ! » (Artiste, Nantes, 2015).
- 40 La sélection par cooptation opérée à l'entrée des espaces engendre une forme d'entre-soi avec le regroupement d'individus travaillant dans les secteurs culturels et créatifs, appartenant aux mêmes réseaux et partageant des façons de penser communes. Cet entre-soi est ressenti par les *coworkers*, à l'image d'une architecte et d'une artiste :
- 41 « Même dans les idées politiques, je pense que l'on se rapproche un peu tous aussi. [...] On est quand même dans des valeurs culturelles et sociales qui sont assez similaires » (Architecte, Grenoble, 2016) ; « Ici c'est un lieu qui est super, mais c'est enfermant dans le sens où on rencontre des gens qui nous ressemblent, [...] je ne suis qu'avec des gens qui vont avoir plus ou moins le même état d'esprit que moi » (Artiste, Nantes, 2015).
- 42 Cette sélection induit également une restriction dans l'accès aux ressources mises en partage (bureaux, imprimantes, réseaux...), dont la jouissance est réservée aux professionnels membres de l'espace de *coworking*, c'est-à-dire à un groupe restreint d'ayants droit sélectionnés. Ce faisant, elle s'inscrit pleinement dans le registre des pratiques menées dans le cadre des clubs de la bourgeoisie. Elle s'explique par la finitude des ressources partagées, les surfaces et équipements n'étant pas illimités, et la volonté des membres de bénéficier de conditions de travail de qualité avec des espaces communs non encombrés, la présence de personnes sympathiques, un nombre réduit de *coworkers* pour faciliter l'interconnaissance et la cogestion du lieu... L'appropriation exclusive des ressources induite par cette sélection est nuancée par la tenue



d'évènements ouverts à un large public dans certains lieux (10 espaces sur 30). Ces évènements permettent la venue ponctuelle de publics pour la visite d'une exposition artistique ou d'un marché de créateurs accueillis temporairement dans l'espace par exemple. Le partage des ressources demeure toutefois limité puisque ces évènements n'autorisent pas l'installation d'individus non-membres pour travailler dans l'espace, qui reste donc accessible au quotidien aux seuls membres sélectionnés.

Tableau 2. Principaux critères de sélection à l'entrée des espaces de coworking enquêtés

Critère de sélection	Caractéristiques principales	Mise en place concrète
<b>Cooptation</b>	Recrutement prioritaire par les réseaux personnels et professionnels des membres	Diffusion prioritaire de l'information dans les réseaux des membres, priorité accordée aux candidats cooptés
<b>Secteur d'activité</b>	Refus des personnes ne travaillant pas dans les secteurs culturels et créatifs	Spécialisation sectorielle explicitée sur le site internet et les annonces pour un bureau
<b>Attitude et valeurs humaines</b>	Recrutement de personnes jugées sympathiques et en adéquation avec les valeurs des membres	Réalisation d'un entretien avec les candidats

Source : enquêtes de Basile Michel.

### 4.3 Définition des membres : partage d'un espace physique et relationnel commun

- 43 Étant donné la restriction et la sélection des entrées dans les espaces de *coworking* spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs à Nantes et Grenoble, les travailleurs culturels et créatifs qui y sont installés s'affirment comme les membres d'un groupe de partage exclusif. Ils sont en mesure de jouir collectivement des ressources qu'ils sont venus chercher (équipements, crédibilité et réseaux de pairs), ressources qui demeurent inaccessibles et interdites d'accès pour les professionnels n'ayant pas un bureau dans le lieu. Leur installation dans ces espaces s'accompagne de l'émergence d'un double lien les rapprochant les uns des autres : l'un de nature spatiale, l'autre d'ordre relationnel.
- 44 Premièrement, les membres partagent au quotidien un espace de travail, des lieux de convivialité et des équipements communs dont ils sont les uniques bénéficiaires, la dimension exclusive de ce partage étant accentuée par la faible visibilité et accessibilité des locaux depuis l'espace public<sup>15</sup> qui limitent les visites au hasard de personnes non-membres. En complément, l'organisation spatiale généralement privilégiée dans les espaces de *coworking* accorde une place importante aux lieux communs de convivialité et de détente en complément des lieux dédiés au travail. Cette organisation participe au

bien-être au travail et facilite les échanges entre les membres, stimulant la sociabilité en interne.

- 45 Deuxièmement, les professionnels culturels et créatifs membres s'insèrent dans des réseaux relationnels internes aux espaces de *coworking*. À Nantes et à Grenoble, ils établissent des relations personnelles et professionnelles au sein de leur espace avec les autres *coworkers*. En moyenne, ils possèdent 7 relations qui engagent des échanges quotidiens ou hebdomadaires. Dans la majorité des cas (86 %), ces relations sont non marchandes et suivent le modèle du don/contre-don : coup de main technique sur un logiciel, transmission du contact d'un client potentiel, prêt d'un outil, relecture d'un dossier pour une réponse à un appel d'offres... Ces échanges se développent de manière informelle et spontanée en fonction des besoins et des compétences des uns et des autres : « Il y a toujours ceux qui sont les cracks de l'informatique qui gèrent toutes les fonctions et puis il y a ceux qui rament un peu plus. Donc il y a fréquemment des questions "comment on fait des rampes d'escalier ? Comment on fait tel truc ?". Sur les outils, sur la manière de travailler, il y a pas mal de petits coups de main assez informels » (Architecte, Grenoble, 2016).
- 46 Ces relations sont doublées dans certains cas d'échanges marchands entre les professionnels d'un même espace (14 % des relations) : créations artistiques collectives, associations d'architectes indépendants pour des projets immobiliers, prestations de services entre agences de communication et designers... Le partage d'un même espace de travail facilite alors les interactions : « Quand il y a un appel d'offres qui sort, on monte des équipes et puis voilà, c'est fluide, c'est rapide. En deux minutes on peut avoir créé une équipe et c'est parti ! Donc ça, c'est vachement agréable. Et puis après pour travailler, être dans les mêmes locaux, c'est vrai que c'est beaucoup plus fluide que si on est loin » (Architecte, Grenoble, 2016).
- 47 Au travers de ces éléments, les travailleurs culturels et créatifs des espaces de *coworking* apparaissent comme les membres d'un espace physique et relationnel commun qui les lie les uns aux autres. Ce double lien (spatial et relationnel) qu'ils partagent constitue le fondement de leur définition en tant que membres d'un groupe exclusif de partage. Ce statut de membre est mis en lumière par les pratiques des *coworkers* à deux niveaux. Tout d'abord, une préférence aux membres de l'espace est observée dans la transmission d'informations et l'établissement de partenariats professionnels. Un graphiste témoigne ainsi de son réflexe de faire appel prioritairement et systématiquement aux professionnels de son espace de *coworking* : « J'ai vraiment privilégié les gens de l'atelier pour différentes raisons. La première : j'ai toutes les compétences à disposition. [...] Et puis je connais bien les personnes de l'atelier, car je les côtoie tous les jours, donc je sais que l'on peut bosser ensemble, j'ai confiance » (Graphiste, Nantes, 2016).
- 48 Ensuite, les *coworkers* revendiquent et valorisent leur appartenance à leur espace collaboratif sur leurs sites internet respectifs, dans leurs discussions avec les clients ou dans leurs réponses aux appels d'offres (68 % des personnes interrogées). Cette appartenance agit parfois comme un label de qualité valorisable auprès des clients et des publics (10 espaces sur 30). C'est par exemple le cas d'un espace à Grenoble où la renommée des membres fondateurs, qui ont des fonctions institutionnelles influentes<sup>16</sup> et une longue carrière professionnelle, en fait un lieu reconnu dans le milieu de l'architecture. Cette reconnaissance permet à tous les travailleurs de l'espace de

bénéficier d'une image positive dès lors qu'ils se présentent comme des membres de cet espace de *coworking*.

## 05. Conclusion

- 49 Au travers du cas de lieux de travail partagés spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs à Nantes et Grenoble, cet article montre que certaines catégories d'espaces de *coworking* fonctionnent tels des clubs fermés et sélectifs. À la manière des membres des clubs définis et observés dans la littérature (Buchanan, 1965 ; Michel, 2018b ; Pinçon et Pinçon-Charlot, 2007), des professionnels de la culture et de la créativité, premièrement, se regroupent spatialement dans ces espaces afin de bénéficier de ressources inaccessibles individuellement (centralité urbaine, réseaux professionnels, etc.). Deuxièmement, ils sélectionnent les entrées dans l'espace suivant un système de cooptation et des critères sectoriels et humains. Troisièmement, ils sont liés les uns aux autres au niveau spatial et relationnel via la mutualisation d'un bureau, de matériels et de réseaux, constituant ainsi un groupe exclusif de partage.
- 50 La mise en évidence de ce fonctionnement de type club révèle la diversité des espaces de *coworking* en termes de degré d'ouverture et amène à nuancer le constat régulièrement mis en avant dans la littérature de lieux largement ouverts aux usagers et aux écosystèmes locaux, favorables aux dynamiques d'innovation ouverte, et accessibles à tous (Bouncken et Reuschl, 2018 ; Capdevila, 2015 ; Fabbri et Charue-Duboc, 2016 ; Genoud et Moeckli, 2010). Si nombre d'espaces de *coworking* sont effectivement ouverts et non sélectifs (Genoud et Moeckli, 2010 ; Le Nadant et Marinou, 2020 ; Liefoghe, 2018), y compris dans les secteurs culturels et créatifs (Michel, 2019), cet article montre que cela ne peut pas être considéré *a priori* comme une caractéristique de l'ensemble de ces espaces, mais doit au contraire être apprécié comme un critère de différenciation à analyser.
- 51 Ce critère de l'ouverture/fermeture des espaces de *coworking* spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs représente un enjeu dans la compréhension de ces lieux, notamment car il influence les dynamiques de créativité qui s'y déploient. La littérature met en évidence l'enjeu de l'équilibre dans la proximité et l'homogénéité des membres d'une communauté pour stimuler la créativité et l'innovation (Boschma, 2005 ; Cohendet *et al.*, 2008 ; Michel, 2018a ; Suire et Vicente, 2015 ; Vivant, 2009). D'un côté, un fort degré de proximité et d'homogénéité est fondamental pour favoriser la compréhension et la confiance réciproques (notamment via des cultures, des préoccupations et des codes communs) et le développement d'échanges et de coopérations étroites. De l'autre, une ouverture à l'altérité et à la diversité est essentielle pour éviter des effets d'enfermement et de conformisme, conserver une certaine distance à la « norme » et maintenir la capacité à produire des idées originales et novatrices, notamment grâce à des rencontres imprévues.
- 52 Sur ce plan, le fonctionnement de type club de certains espaces de *coworking* spécialisés dans les secteurs de la culture et de la créativité met en lumière une forte proximité et homogénéité des *coworkers*, la sélection des entrées par cooptation entraînant une forme d'entre-soi de professionnels de la création appartenant aux mêmes réseaux relationnels. Cela favorise notamment l'instauration de relations collaboratives marchandes et non marchandes qui contribuent au développement des activités artistiques et créatives des membres. Le risque d'un enfermement dans l'entre-soi et le

conformisme est limité par la diversité et la complémentarité des métiers culturels et créatifs regroupés au sein des espaces. Artistes, architectes, designers et autres professionnels de la culture et de la créativité sont en mesure de croiser leurs regards, leurs savoir-faire et leurs idées pour s'entraider, maintenant une forme d'équilibre entre ouverture et fermeture sociale des espaces.

- 53 Plus précisément, la mobilisation de la théorie économique des clubs (Buchanan, 1965) permet d'avancer dans la compréhension de cet équilibre et de l'ambivalence produite par les regroupements de travailleurs culturels et créatifs dans certains espaces collaboratifs spécialisés, avec des dynamiques collectives de partage teintées de sélection sociale et d'entre-soi. La sélection des entrées et l'entre-soi qui en découle se justifient par la recherche de la taille optimale du club chère à la théorie économique. Plus il y a de *coworkers* présents, plus le vivier de compétences et de réseaux est fourni, et plus les coûts locatifs et matériels sont réduits. La limitation des ressources mises en commun (surface, bureaux...) et la volonté des *coworkers* de développer des relations partenariales et conviviales incitent à contrôler le nombre et le profil des membres du club. Cela permet de garantir aux membres la jouissance d'un espace de travail équipé non congestionné et composé d'un nombre réduit de professionnels aux métiers proches, favorisant la qualité de l'environnement de travail ainsi que l'interconnaissance, les échanges, l'entraide et les collaborations entre les *coworkers*. Le fonctionnement de type club de certains espaces de *coworking* spécialisés apparaît ainsi favorable à l'essor des activités culturelles et créatives dans un contexte concurrentiel et incertain qui impose à un grand nombre d'entre elles flexibilité, précarité et enchaînement de projets ponctuels.
- 54 Au final, l'hypothèse du club a permis d'apporter des éléments de compréhension quant aux réalités sociales et économiques de certains types d'espaces de *coworking*. Par ce prisme, l'analyse des modes d'organisation des professionnels de la culture et de la créativité en espaces collaboratifs spécialisés met en évidence en particulier : (1) l'importance des réseaux relationnels personnels et professionnels d'une part dans le choix des travailleurs culturels et créatifs de recourir à des espaces collaboratifs, et d'autre part dans la vie quotidienne de ces lieux rythmée par des coups de main informels, des prestations de services croisées et des projets collectifs ; (2) l'existence d'une sélection à l'entrée de certains espaces, gérée par les membres et fondée sur la cooptation, qui permet aux *coworkers* de constituer et de préserver un lieu de travail de qualité tant par l'espace disponible que par le profil des professionnels coprésents ; (3) l'effet de cette sélection qui favorise des dynamiques collectives de partage marquées par l'entre-soi et dont l'équilibre entre ouverture et fermeture apparaît déterminant pour stimuler la créativité et ne pas risquer de s'enfermer dans le conformisme.

---

## BIBLIOGRAPHIE

- Alberio, Marco et Diane-Gabrielle Tremblay (2021). Covid 19 : Quels effets sur le travail et l'emploi ?, *Revue Interventions économiques*, n° 66, <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/14725>
- Ananian, Priscilla et Marie-Axelle Borde (2021). Les quartiers de l'innovation, de la créativité et du multimédia : quel rôle pour l'urbanisme dans le renouvellement des ressources territoriales à Montréal ?, *Géographie, Économie, Société*, vol. 23, n° 1, pp. 5-29.
- Barré, Philippe et Laurence D. Dubuc (2021). Lorsque le travail devient invisible. L'action publique et le travail des artistes visuels et de la scène du Québec en contexte de crise sanitaire, *Revue Interventions économiques*, n° 66, <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/14349>
- Blein, Alexandre (2017). *L'émergence du coworking dans l'offre d'immobilier d'entreprise en Ile-de-France. Un service relationnel coproduit par ses utilisateurs*, thèse de doctorat en aménagement de l'espace et urbanisme, Université Paris-Est, 386 p.
- Boboc, Anca, Kevin Bouchareb, Valérie Deruelle et Jean-Luc Metzger (2014). Le coworking : un dispositif pour sortir de l'isolement ?, *SociologieS*, <http://sociologies.revues.org/4873>
- Boschma, Ron A. (2005). Proximity and Innovation: A Critical Assessment, *Regional Studies*, vol. 39, n° 1, pp. 61-74.
- Bouncken, Ricarda et Andreas Reuschl (2018). Coworking-spaces: how a phenomenon of the sharing economy builds a novel trend for the workplace and for entrepreneurship, *Review of Managerial Science*, vol. 12, n° 1, pp. 317-334.
- Boutillier, Sophie (2018). Le coworking, l'empreinte territoriale. Essai d'analyse d'une agglomération industrielle en reconversion, *Revue Interventions économiques*, n° 60, <http://journals.openedition.org/interventionseconomiques/4845>
- Boutillier, Sophie, Ignasi Capdevila, Laurent Dupont et Laure Morel (2020). Espaces et nouvelles formes d'organisation du travail créatif, *Innovations*, vol. 1, n° 61, pp. 5-13.
- Brown, Julie (2017). Curating the "Third Place"? Coworking and the mediation of creativity, *Geoforum*, vol. 82, pp. 112-126.
- Buchanan, James (1965). An economic theory of clubs, *Economica*, vol. 32, n° 125, pp. 1-14.
- Burkhardt-Bourgeois, Kirsten, Elodie Jarrier et Dominique Bourgeon-Renault (2021). Comment les artistes entrepreneurs exercent-ils leur liberté de décision face aux mécanismes qui les gouvernent ? Le cas de l'art vivant, *Finance Contrôle Stratégie*, vol. 24, n° 3, <http://journals.openedition.org/fcs/8210>
- Capdevila, Ignasi (2015). Les différentes approches entrepreneuriales dans les espaces ouverts d'innovation, *Innovations*, vol. 3, n° 48, pp. 87-105.
- Caves, Richard E. (2000). *Creative Industries: Contacts between Art and Commerce*, Londres, Harvard University Press, 454 p.
- Charmes, Eric (2009). On the residential "clubbisation" of French periurban municipalities, *Urban Studies*, vol. 46, n° 1, pp. 189-212.

Cohendet, Patrick, David Grandadam et Laurent Simon (2008). Réseaux, communautés et projets dans les processus créatifs, *Management international*, vol. 13, n° 1, pp. 29-44.

Comunian, Roberta (2012). Exploring the Role of Networks in the Creative Economy of North East England: Economic and Cultural Dynamics, dans Barney Warf (éd.), *Encounters and Engagements between Economic and Cultural Geography*, Dordrecht, Springer, pp. 143-157.

Cooke, Philip et Luciana Lazzaretti (2008). *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 367 p.

Deskmag (2016). *Coworking spaces and their members. Results of the global coworking survey*, <http://www.deskmag.com/>

Deskmag (2017). *Global Coworking Survey*, <http://www.deskmag.com/>

Fabbri, Julie (2016). Les espaces de coworking : ni tiers-lieux, ni incubateurs, ni Fab Labs, *Entreprendre & Innover*, vol. 4, n° 31, pp. 8-16.

Fabbri, Julie et Florence Charue-Duboc (2013). Un modèle d'accompagnement entrepreneurial fondé sur des apprentissages au sein d'un collectif d'entrepreneurs : le cas de La Ruche, *Management international*, vol. 17, n° 3, pp. 86-99.

Fabbri, Julie et Florence Charue-Duboc (2016). Les espaces de coworking : nouveaux intermédiaires de l'innovation ouverte ?, *Revue française de gestion*, vol. 1, n° 254, pp. 163-180.

Gandini, Alessandro (2015). The rise of coworking spaces: A literature review, *Ephemera*, vol. 15, n° 1, pp. 193-205.

Gangloff, Emmanuelle et Hélène Morteau (2021). À la recherche du temps retrouvé ? *Espaces et pratiques du divertissement face à la crise sanitaire*, note d'analyse du Plan Urbanisme Construction Architecture (PUCA), 14 p.

Garrett, Lydon, Gretchen Spreitzer et Peter Bacevice (2017). Co-Constructing a Sense of Community at Work: The Emergence of Community in Coworking Spaces, *Organization Studies*, vol. 38, n° 6, pp. 821-842.

Genoud, Patrick et Alexis Moeckli (2010). Les tiers-lieux, espaces d'émergence et de créativité, *Revue économique et sociale*, vol. 68, n° 2, pp. 25-34.

KEA (2006). *The Economy of Culture in Europe*, étude préparée pour la Commission Européenne, 355 p.

Krauss, Gerhard et Diane-Gabrielle Tremblay (dir.) (2020). *Tiers-lieux. Travailler et entreprendre sur les territoires : espaces de coworking, fablabs, hacklabs...*, Rennes, Québec, Presses universitaires de Rennes, Presses de l'Université du Québec, 212 p.

Leducq, Divya (2021). Les espaces de coworking : des instruments de résilience territoriale pour l'après-Covid ?, *Netcom*, vol. 35, n° 1-2, <http://journals.openedition.org/netcom/5677>

Le Goix, Renaud (2006). Les gated communities aux Etats-Unis et en France : une innovation dans le développement périurbain ?, *Hérodote*, vol. 3, n° 122, pp. 107-136.

Le Goix, Renaud et Chris Webster (2008). Gated communities, *Geography Compass*, vol. 2, n° 4, pp. 1189-1214.

Le Nadant, Anne-Laure et Clément Marinos (2020). Espaces de coworking et fablabs des villes petites et moyennes : un rôle de *middleground* ?, *Innovations*, vol. 61, n° 1, pp. 41-66.

Liefooghe, Christine (2010). Économie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche, *Innovations*, vol. 1, n° 31, pp. 181-197.

- Liefooghe, Christine (2016). Tiers-lieux, *coworking spaces* et FabLabs : nouveaux lieux, nouveaux liens et construction de communautés de connaissance créatives, dans Christine Liefooghe, Dominique Mons et Didier Paris (dir.), *Lille, métropole créative ? Nouveaux liens, nouveaux lieux, nouveaux territoires*, Villeneuve-d'Ascq, Septentrion, pp. 183-221.
- Liefooghe, Christine (2018). Les tiers-lieux à l'ère du numérique : diffusion spatiale d'une utopie socio-économique, *Géographie, Économie, Société*, vol. 20, n° 1, pp. 33-61.
- Marinos, Clément (2018). Espaces collaboratifs de travail et clubs d'entreprises : des réseaux au cœur des dynamiques collaboratives d'innovation, *Innovations*, vol. 1, n° 55, pp. 119-141.
- Menger, Pierre-Michel (2002). *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*, Paris, Éditions du Seuil, 96 p.
- Menger, Pierre-Michel (2012). *Être artiste, œuvrer dans l'incertitude*, Marseille, Al Dante et Aka, 70 p.
- Merkel, Janet (2015). Coworking in the City, *Ephemera*, vol. 15, n° 1, pp. 121-139.
- Michel, Basile (2017). *Les quartiers créatifs : une dynamique de club. Analyse croisée des quartiers des Olivettes (Nantes), du Panier (Marseille) et Berriat (Grenoble)*, thèse de doctorat en géographie, Université d'Angers, 479 p.
- Michel, Basile (2018a). Émergence de dynamiques entrepreneuriales au sein d'espaces de coworking pour entrepreneurs culturels et créatifs, *Géographie, Économie, Société*, vol. 20, n° 3, pp. 295-317.
- Michel, Basile (2018b). Les quartiers créatifs : construction de clubs de travailleurs créatifs. Analyse croisée des quartiers du Panier (Marseille) et des Olivettes (Nantes), *Annales de Géographie*, n° 721, pp. 227-253.
- Michel, Basile (2019). Le coworking, entre ouverture et fermeture des espaces associatifs et communautaires, *Réseaux*, vol. 37, n° 214-215, pp. 289-318.
- Michel, Basile et Charles Ambrosino (2019). Territorialisées ou sans attaches : les activités « culturelles et créatives » au crible d'un quartier post-industriel grenoblois, *L'Espace géographique*, tome 48, n° 1, pp. 1-20.
- Moriset, Bruno (2017). Inventer les nouveaux lieux de la ville créative : les espaces de coworking, *Territoire en mouvement*, n° 34, <http://journals.openedition.org/tem/3868>
- Parrino, Lucia (2015). Coworking: assessing the role of proximity in knowledge exchange, *Knowledge Management Research & Practice*, vol. 13, n° 3, pp. 261-271.
- Pinçon, Michel et Monique Pinçon-Charlot (2007). *Les ghettos du gotha. Comment la bourgeoisie défend ses espaces*, Paris, Seuil, 294 p.
- Sagot-Duvaurox, Dominique (2017). La valeur vaporeuse de l'art et les nouvelles dynamiques territoriales, *Études théâtrales*, vol. 2, n° 67, pp. 179-188.
- Samuelson, Paul (1954). The pure theory of public expenditure, *Review of Economics and Statistics*, vol. 36, pp. 387-389.
- Sandler, Todd (2013). Buchanan clubs, *Constitutional Political Economy*, vol. 24, n° 4, pp. 265-284.
- Sandler, Todd et John Tschirhart (1980). The economic theory of clubs: An evaluative survey, *Journal of Economic Literature*, vol. 18, n° 4, pp. 1481-1521.
- Sandler, Todd et John Tschirhart (1997). Club theory: Thirty years later, *Public Choice*, vol. 93, pp. 335-355.

- Spinuzzi, Clay (2012). Working alone together: Coworking as emergent collaborative activity, *Journal of Business and Technical Communication*, vol. 26, n° 4, pp. 399-441.
- Suire, Raphaël (2013). *Innovation, espaces de co-working et tiers-lieux : entre conformisme et créativité*, working paper, 13 p.
- Suire, Raphaël et Jérôme Vicente (2015). Récents enseignements de la théorie des réseaux en faveur de la politique et du management des clusters, *Revue d'économie industrielle*, n° 152, pp. 91-119.
- Tremblay, Diane-Gabrielle et Arnaud Scaillerez (2020). Coworking Spaces: New Places for Business Initiatives?, *Journal of Innovation Economics & Management*, vol. 31, n° 1, pp. 39-67.
- Van Den Broek, William (2013). Vies et morts des communautés, *Deskmag.com*, [www.deskmag.com/fr/27-02-13-vie-et-mort-des-communautés](http://www.deskmag.com/fr/27-02-13-vie-et-mort-des-communautés)
- Vivant, Elsa (2009). *Qu'est-ce que la ville créative ?*, Paris, Presses universitaires de France, 92 p.
- Vivant, Elsa (2011). Travail créatif, emplois précaires, *Métropolitiques*, <http://www.metropolitiques.eu/Travail-creatif-emplois-precaires.html>
- Waters-Lynch, Julian et Jason Potts (2017). The social economy of coworking spaces: a focal point model of coordination, *Review of Social Economy*, vol. 75, n° 4, pp. 417-433.
- Webster, Chris (2003). The nature of the neighbourhood, *Urban Studies*, vol. 40, n° 13, pp. 2591-2612.

## NOTES

1. Ces secteurs regroupent diverses activités : arts du spectacle, arts visuels, cinéma, édition, jeu vidéo, musique, patrimoine, radio, télévision et vidéo d'une part, architecture, design, numérique et publicité d'autre part (KEA, 2006).
2. Ce contexte incertain et précaire s'est en partie renforcé à la suite de la crise sanitaire de la Covid-19, qui a notamment mis en difficulté nombre de travailleurs et lieux dans les secteurs culturels (Barré et Dubuc, 2021 ; Gangloff et Morteau, 2021) et au-delà (Alberio et Tremblay, 2021). Si la crise sanitaire a provoqué une baisse de la fréquentation des espaces de *coworking* durant les périodes de confinement (fermeture de certains espaces pour raisons sanitaires, manque de moyens financiers des *coworkers*...), elle a aussi révélé leur utilité (ne pas travailler seul chez soi, bénéficier de réseaux de pairs...), ce qui semble se matérialiser avec la poursuite de l'extension du *coworking* post Covid-19 (Leducq, 2021).
3. La communauté est entendue ici dans le sens d'un groupe d'individus liés par des valeurs et des intérêts communs.
4. 10 entretiens complémentaires avec des acteurs locaux nantais et grenoblois ont également été menés.
5. En complément des entretiens, des phases d'observation dans les espaces, un dépouillement de documents relatifs aux espaces enquêtés (site internet...) et une analyse de réseaux (logiciel Gephi) ont été menés.
6. Le logiciel d'enquête qualitative Sonal a été utilisé afin de faciliter l'analyse thématique des entretiens.
7. L'échantillon est représentatif suivant le critère du secteur d'activité.
8. 4 des 30 espaces enquêtés ont par exemple été créés dans les années 1990.
9. Dans le cas nantais, une étude réalisée par Nantes Métropole recense 21 lieux étiquetés « espaces de *coworking* ».



10. Les structures correspondent soit à des associations loi 1901 (8 sur 24), soit à des entités juridiques privées (16 sur 24) telles que des Sociétés civiles immobilières. Tous les *coworkers* en sont membres. Il existe toutefois des cas où la structure n'est composée que des fondateurs de l'espace qui sous-louent les bureaux aux autres *coworkers*.
  11. Les deux espaces proposant des postes de travail à la journée constituent des exceptions puisqu'une partie des bureaux est accessible à des *coworkers* nomades. Toutefois, l'autre partie des postes proposés demeure accessible uniquement à des *coworkers* permanents.
  12. Suivant les deux configurations détaillées précédemment, les gestionnaires des espaces désignent soit l'ensemble des travailleurs membres (24 cas sur 30), soit les animateurs salariés du lieu lorsqu'ils existent (6 cas sur 30).
  13. [https://www.facebook.com/thefactory38/info/?entry\\_point=page\\_nav\\_about\\_item&tab=page\\_info](https://www.facebook.com/thefactory38/info/?entry_point=page_nav_about_item&tab=page_info), consulté le 05/04/2021.
  14. <http://fabrikimage-studio.blogspot.fr/p/recrutement.html>, consulté le 05/04/2021.
  15. Les espaces enquêtés correspondent souvent à des appartements à l'étage d'immeubles résidentiels ou des locaux en fond de cour semi-privée par exemple (20 cas sur 30).
  16. Présidence de la Maison de l'Architecture de l'Isère par exemple.
- 

## RÉSUMÉS

Cet article a pour objectif de contribuer à l'analyse de l'organisation socio-économique de professionnels de la culture et de la créativité regroupés au sein d'espaces collaboratifs de travail. Pour cela, l'hypothèse du club, considéré comme une association volontaire d'individus autour de ressources mutualisées exclusivement entre les membres sélectionnés, est testée dans le cas des espaces de *coworking* spécialisés dans les secteurs culturels et créatifs. Au travers d'enquêtes dans 30 espaces à Nantes et Grenoble, l'article montre que ces lieux fonctionnent tels des clubs, éclairant ainsi quelques-unes de leurs réalités : l'importance des réseaux relationnels dans la vie quotidienne de ces espaces, l'application d'une sélection des entrées par cooptation pour les nouveaux membres en vue de préserver un environnement de travail de qualité, ou encore l'enjeu de l'équilibre des dynamiques collectives marquées par l'entre-soi dans la stimulation de la créativité.

This article aims to contribute to the analysis of the socio-economic organization of cultural and creative professionals clustered in collaborative workspaces. To do this, the hypothesis of the club, considered as a voluntary association of individuals around resources shared exclusively between selected members, is tested in the case of coworking spaces specializing in the cultural and creative industries. Based on qualitative investigations in 30 spaces in Nantes and Grenoble, the article shows that these places are like clubs, thus highlighting some of their realities: the importance of relational networks in the daily life of these spaces, the existence of a selection process by co-option for new members in order to preserve a high-quality work environment, and the challenge of balancing collective dynamics characterized by social conformism in the stimulation of creativity.

## INDEX

**Keywords** : coworking space, club, creativity, culture, collaborative network

**Mots-clés** : espace de coworking, club, créativité, culture, réseau collaboratif

## AUTEUR

**BASILE MICHEL**

Maître de conférences en géographie, Cergy Paris Université, [basile.michel@gmail.com](mailto:basile.michel@gmail.com),  
[basile.michel@cyu.fr](mailto:basile.michel@cyu.fr)