



Le développement de l'Ile de France par la création de districts culturels

Xavier GREFFE et Véronique SIMONET
Centre d'Economie de la Sorbonne

Septembre 2008

Recherche menée pour la DGALN - PUCA
Programme Culture et territoires en Ile de France
Ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement Durable
et de l'Aménagement du Territoire

MAPA D 07.01 du 5 avril 2007

Résumé

Dans les contours tracés par la globalisation et la société postmoderne, l'économie culturelle constitue l'un des leviers les plus puissants du développement. Un certain nombre de données statistiques montrent aussi que ce sont les zones métropolitaines qui bénéficient le mieux a priori de la présence des projets, des artistes et des entreprises culturelles, de telle sorte que la réalisation des anticipations liées à cette économie constitue un défi à relever pour toutes les zones métropolitaines.

La région Ile de France semble particulièrement bien placée pour assumer ce défi. Détentrice d'un patrimoine, d'institutions et de métiers d'art unanimement reconnus, elle devrait irriguer son territoire de projets, de produits et d'emplois culturels. Pourtant les données statistiques offrent une toute autre vision des choses, les activités culturelles restant concentrées dans Paris ou son pourtour immédiat. Les autres zones ne bénéficient guère d'un développement culturel, et l'on peut se demander si l'économie culturelle francilienne n'est pas ici une économie culturelle de rente au profit de Paris.

Les raisons de cette situation sont nombreuses et débattues. La dissémination d'institutions et d'ateliers obéit au seul prix du foncier, et elle conduit ainsi à fragiliser des implantations qui continuent de dépendre de donneurs d'ordre parisiens dont les considérations ne sont en rien celle du développement local. Si la densité de la population peut légitimement expliquer la baisse de telles activités avec l'éloignement de la capitale, l'explication principale réside ici dans la pesanteur sociologique d'une région qui a toujours refoulé les plus pauvres vers ses marges, ce que montrent les ajustements économétriques. Enfin, le tropisme parisien peut conduire à des effets pervers même si Paris apparaît au départ comme un atout : pour bénéficier du public parisien hautement demandeur de biens et produits culturels, mieux vaut rester dans sa proximité ou en cultiver les références.

En même temps, personne ne peut nier la vitalité et même le volontarisme réussi de nombre d'associations et communes. Personne ne peut nier que des réseaux et des pôles commencent à augmenter les perspectives de soutenabilité de petites entreprises culturelles et à créer les terreaux de la créativité.

Mais ce qui reste frappant c'est la difficulté à penser en France comme en Ile de France la culture autrement que comme une contribution de l'Etat au bonheur des citoyens, à considérer une économie culturelle créative comme le font des métropoles qui n'ont en rien l'héritage parisien : Los Angeles, Séoul, Tokyo, Rio, etc. Ce défi francilien n'est pas propre à la culture, mais comment ne pas le relever dans un domaine où l'on s'accorde justement à reconnaître que les atouts – intangibles – sont mieux distribués que les autres du fait de leur mobilité.

Ce qui est ici en cause, c'est la vision culturelle du lien entre culture et économie.

Note introductive sur la lecture du rapport de recherche

Le rapport de recherche comprend trois parties.

1. Une première partie est constituée par un texte de présentation générale de l'objet, des enjeux, de la méthode et des résultats de la recherche. Ce texte peut donc être considéré comme une présentation synthétique et détaillée du travail réalisé, et il peut donc être lu comme tel. D'une longueur de soixante dix pages environ, il a été rédigé pour synthétiser au mieux les enjeux et résultats de cette recherche, renvoyant pour des analyses plus approfondies ou des compléments ou des illustrations aux textes des deux autres parties.

2. Une seconde partie – dite documents A - regroupe les six chapitres qui ont constitué le cœur de la recherche et auquel le premier texte fait régulièrement référence en renvoyant pour les analyses détaillées :

- A1 : Pourquoi analyser les districts culturels ?*
- A2 : La région Ile-de-France comme district culturel*
- A3 : Les districts culturels en Ile de France : Analyse statique*
- A4 : Le profil culturel des zones d'emploi en Ile de France*
- A5 : Les districts culturels en Ile-de-France : Analyse dynamique*
- A6 : L'analyse des zones d'emploi à l'aide d'un modèle économétrique*

3. Une troisième partie - documents B et C - regroupe un certain nombre de textes qui ont été préparés pour cette recherche, ou qui développés parallèlement à cette recherche peuvent en éclairer certains éléments de méthode, d'informations, d'illustrations ou de conclusions

- B1 : Le design en Ile de France*
- B2 : Une comparaison Nemours - Fontainebleau*
- B3 : La survie des nouvelles entreprises culturelles : le rôle du regroupement géographique*
- B4 : Le district culturel de Bry sur Marne*
- B5 : Le district culturel de Montreuil*
- B6 : Le pôle industriel de la Seine Saint Denis*
- B7 : La Plaine Commune : Agence ou district culturel*
- B8 : L'évolution de l'Audiotvisuel dans les Hauts de Seine*
- B9 : Les labels indépendants en Ile de France*
- B 10 : Les éditeurs indépendants en Ile de France*
- B 11 : L'industrie musicale dans les Hauts de Seine*
- B 12 : Le cinéma en Seine Saint Denis*
- C1 : Les musées de France en Ile de France*
- C2 : Galeries et art contemporain en Ile de France*
- C3 : Les banlieues bleues*
- C4 : les jardins protégés en Ile de France*
- C5 : l'académie Fratellini*
- C6 : le tourisme en Val de Marne*
- C7 : le tourisme dans la petite couronne*
- C8 : Les maisons d'écrivain en Ile de France*
- C9 : les jeux vidéos en Ile de France*
- C10 : Les squats artistiques en Ile de France*

4. Nous souhaiterions enfin remercier les membres du comité de pilotage de cette recherche pour leur attention et leur bienveillance, et notamment pour les orientations, conseils et recommandations qu'ils nous ont apportés tout au long de sa réalisation.

Première partie :

Présentation des enjeux méthodes, résultats et recommandations
de la recherche :

Le développement de l'Ile de France par la création de districts culturels

Plan

Résumé	2
Introduction	6
I. Culture et territoire dans le développement contemporain	7-15
I.1. La culture comme fabrique du développement	
- <i>Le paradigme anthropologique</i>	
- <i>Le paradigme de l'attraction</i>	
- <i>Le paradigme de la diffusion</i>	
I.2. La fabrique de la culture	
- <i>Le caractère idiosyncratique des produits culturels</i>	
- <i>Le district culturel</i>	
I.3. Méthode et données	
- <i>L'entreprise comme acteur culturel</i>	
- <i>La subdivision du secteur culturel</i>	
- <i>La zone d'emploi comme référence territoriale</i>	
II. L'hyper concentration culturelle parisienne	16-22
II.1. L'île de France face aux autres régions françaises	
II. 2 Paris face aux zones d'emploi de l'île de France	
- <i>Le rôle de la distance par rapport au centre</i>	
III. Un tissu culturel désarticulé	23-41
III. 1. L'approche endogène	
- <i>L'explication générale de l'économie culturelle</i>	
- <i>Les variations d'explication selon les secteurs culturels</i>	
- <i>Les décalages entre résultats prévus et résultats constatés</i>	
III. 2. L'approche exogène : la modification limitée des explications	
III. 3 La comparaison entre approche endogène et approche exogène	
- <i>L'approche générale</i>	
- <i>Le secteur des arts visuels</i>	
- <i>Le secteur du spectacle vivant</i>	
- <i>Le secteur de l'édition</i>	
- <i>Le secteur de l'audiovisuel</i>	
IV. La prédominance de comportements déséquilibrés	42-71
IV.1- Données statistiques et volontarisme culturel	
- <i>Histoire de deux zones : Fontainebleau et Montereau</i>	
- <i>Volontarisme dans la gestion d'un équipement donné : le cas des maisons d'écrivain</i>	
- <i>L'arrière plan du volontarisme : le rôle des pesanteurs sociologiques</i>	
IV.2.- La difficulté de percevoir le lien entre culture et économie ? Design et arts visuels	
- <i>Les données</i>	
- <i>Le design en Ile de France</i>	
- <i>Le design dans Paris</i>	
- <i>Quelle correspondance entre entreprises culturelles et entreprises de design ?</i>	
IV. 3. De l'avantage du foncier au défi d'un développement local ?	
- <i>Une évolution limitée</i>	
- <i>Des évolutions à rebours</i>	
- <i>Des défis complexes</i>	
-IV.4. Paris, atout ou handicap ?	
- <i>La dépendance vis-à-vis des donneurs d'ordre</i>	
- <i>Le revers de la médaille : du tourisme culturel au tourisme d'affaires</i>	
- <i>Un mimétisme lancinant</i>	
- <i>Mais une mine d'innovations</i>	
V. Conclusion : Economie culturelle de rente ou économie culturelle de production ?	72-73

Introduction

Toutes les métropoles se présentent aujourd'hui comme créatives, ce terme semblant jouer le rôle de sésame non seulement pour éviter de rentrer à reculons dans l'économie globale du 21^e siècle mais pour y catalyser les chances d'un développement soutenable. Il n'est guère de lieux ou de temps où ce thème de la créativité n'est mis en exergue, l'expression de ville créative en constituant l'une des principales déclinaisons. Sans doute ce terme est-il plus large que celui de ville culturelle, mais c'est de là qu'il est parti. Tout au long de la décennie quatre vingt dix, il est apparu que seuls les territoires sachant mettre en œuvre des démarches innovantes et mettre en place des environnements des biens et des services qui se distinguent par leur qualité esthétique et fonctionnelle pourraient assumer de tels débats. Ce discours rejoignit celui sur le développement durable où là encore la culture y tenait le rôle de socle puisqu'elle pouvait être à l'origine de création d'emploi, d'insertion sociale et d'amélioration de l'environnement, les trois attributs d'un développement qui lui confèrent son caractère souhaitable (Documents A1 & B1).

Il va de soi que Paris et sa région ne peuvent que s'inscrire dans ce contexte, même si en France le thème des villes créatives ne connaît pas le succès dont il bénéficie dans bien d'autres pays européens ou du reste du monde. Au 21^e siècle une métropole – qui par essence assure une interface entre un territoire et le reste du monde – ne peut être que créative ou décliner : si elle ne sait pas valoriser ses propres diversités au miroir des autres diversités offertes par l'économie mondiale, ce rôle d'interface ne pourra bien évidemment que s'enrayer. A priori Paris semble particulièrement bien placé pour afficher ses vocations et projets culturels. La richesse de son patrimoine matériel comme des patrimoines immatériels qui en ont fait souvent un foyer de la créativité en Europe, sa perméabilité aux populations et aux apports culturels du monde entier, le fait qu'elle serve d'image et d'atelier à la politique culturelle de la France, ses infrastructures éducatives comme ses manifestations et événements semblent presque naturellement la conduire sur cette voie. Quelques doutes peuvent pourtant être émis : le bilan est-il si positif que cela une fois les 50 millions de touristes étrangers mis en exergue quand on sait que la France perd chaque année des rangs dans le classement des revenus des visiteurs sinon du nombre de visiteurs étrangers ? La production de biens et services culturels est-elle si positive quand on sait que l'équilibre de la balance culturelle française repose sur le seul fait que les recettes retirées de l'exportation d'objets d'art ancien permettent juste de compenser les importations des produits offerts par les industries culturelles ? La créativité est-elle vraiment à l'ordre du jour quand on constate que bien des projets culturels ont tendance à copier ou mimer avec plus ou moins de succès les programmes des institutions les plus puissantes et les mieux subventionnées par l'État ? La haute couture ou la grande cuisine offrent-elles autant de promesses que le design ou les logiciels, piliers des autres grandes métropoles mondiales à commencer par celles qui justement entrent dans le 21^e siècle sans une histoire aussi ancienne ? Et finalement, est-ce bien l'ensemble de la région qui se mobilise pour développer cette créativité culturelle ou est-ce quelques lieux plus ponctuels dont la pertinence n'est pas en cause mais dont les capacités d'essaimage sont peut être trop limitées pour faire de la région, et non seulement de quelques arrondissements parisiens, le levier de cette nouvelle croissance ?

I. Culture et territoire dans le développement contemporain

Cette dernière question constitue le cœur de cette recherche. Pour en comprendre les bases, il convient de partir d'un constat : la culture est devenue l'une des principales matrices du développement contemporain, et cette culture résulte au moins autant d'une « fabrique » que de la conjonction d'aléas et d'institutions.

I.1. La culture comme fabrique du développement

- *Le paradigme anthropologique*

Le lien entre culture et développement a longtemps été marginalisé sinon ignoré. Si un certain nombre d'œuvres majeures avaient mis en évidence le rôle que des comportements culturels – notamment saisis en lien avec les religions – pouvaient influencer le développement économique, il s'agissait de liens dont la maturation était tellement longue qu'ils étaient sous-entendus ou renvoyés à d'autres approches, notamment sociologiques. Pourtant de tels liens existent et au cours des dernières décennies on a utilisé de manière croissante des expressions telles que culture d'entreprise ou culture de la communauté ou même capital social, ce qui conduisait à donner plus de place aux valeurs et aux comportements, et donc à ceux qui contribuaient à leur émergence, parmi lesquels les artistes et intellectuels.

- *Le paradigme de l'attraction*

A ce premier rôle s'est ajouté l'effet d'entraînement suscité par le tourisme culturel et de manière plus générale par la capacité des institutions et événements culturels à mobiliser et satisfaire une demande. Même si la part entre loisir et culture est ici plus difficile à faire qu'il n'y paraît, la culture n'est plus un bien supérieur à la Veblen et fait l'objet de consommations de masse. Le cas des musées, profondément ancrés au thème de la ville créative, est ici majeur : 1 million de visiteurs au Guggenheim de Bilbao là où la moyenne annuelle était de 25000, plus de huit millions au musée du Louvre contre cinq millions il y a cinq ans : la culture n'est plus seulement une activité économique significative en soi, elle l'est pour les activités qui lui sont liées en amont comme en aval. Ainsi les thèmes de multiplicateurs, de retombées d'impact, etc., sont-ils utilisés de manière abondante et parfois même sans aucune précaution.

- *Le paradigme de la diffusion*

Mais le principal enrichissement du lien culture développement est venu selon nous de la mise à jour du rôle des produits culturels. En 1991, Robert Reich a suggéré que le bien être des américains ne dépendait plus seulement de la rentabilité de leurs sociétés mais de la spécificité de leurs qualifications intellectuelles (Reich, 1991). Ainsi les *manipulateurs de symboles* sont-ils censés devenir de nouveaux acteurs du développement aux côtés des dirigeants et des travailleurs traditionnels, ce qui soulignait le rôle des artistes et des designers. Leur intervention en dehors du seul secteur des activités culturelles n'était guère reconnue, et beaucoup d'acteurs continuèrent alors de

contester une utilisation de la culture à des fins commerciales en opposant le beau à l'utile, la forme à la fonction (Document A1)..

Le développement des industries culturelles a assoupli ce débat. Mais le potentiel économique était alors attribué à la culture comme source de consommation finale de livres, de disques, de films, mais pas comme source de consommation intermédiaire dans la production de biens non culturels.

Aujourd'hui les choses sont en train de changer de manière très radicale. Les deux caractéristiques fondamentales de notre économie contemporaine - économie de la connaissance et économie globale - mettent ce rôle de la culture comme source de consommation intermédiaire dans la production de biens non culturels au centre des enjeux de développement contemporain.

- L'économie de la connaissance donne aux facteurs intangibles un rôle déterminant dans la définition et la production des nouveaux biens. Ceci interpelle les traditions artistiques à un double titre. En tant que source d'un patrimoine continuellement renouvelé, ces activités artistiques irriguent la créativité et mettent à la disposition de l'ensemble des secteurs économiques - de l'artisanat d'art à l'industrie automobile en passant par la mode et l'ameublement - un grand nombre de références en matière de signes, de formes, de couleurs, de symboles, etc. En tant qu'instillant des démarches créatives, les activités artistiques définissent des procédures ou des protocoles pour l'innovation utilisables par d'autres activités. L'exemple de l'art contemporain peut être rappelé : les progrès y proviennent du croisement des normes, des codes et des supports, ce qui démontre aux entreprises non culturelles l'intérêt de telles confrontations entre champs ou disciplines.

- L'économie globale renforce les chances de la diversité en offrant des marchés plus étendus à des produits spécifiques. La concurrence entre produits conduit à élargir la vision d'une économie où la consommation de masse porte sur quelques produits quasi-généralistes. En outre, pour les pays qui peuvent difficilement s'appuyer sur une compétitivité par les coûts, seule une compétitivité par la qualité leur permettra de trouver de nouveaux marchés, sachant que dans la détermination de cette qualité les caractéristiques esthétiques des biens jouent un rôle croissant. Cette nécessité de la variété croissante des produits permet aussi de prendre en considération une autre caractéristique de l'économie contemporaine, celle des comportements de consommation post-modernes : les consommateurs cherchent à se différencier les uns des autres en s'appropriant les signes et les valeurs affichées par des produits spécifiques (Grefe, 2003c).

La conjonction de ces deux traits conduit à un système économique différent de ceux qui l'ont précédé. Comme l'écrit A.J. Scott : « alors que les ateliers et les manufactures du 19^e siècle produisaient des biens variés mais de manière limitée du fait des contraintes de production... et alors que la production de masse fordiste repoussait ces contraintes de production maximale aux dépens de la variété, nos systèmes de production modernes sont suffisamment flexibles pour produire à la fois de grandes variétés en grandes quantités... ».

L'opposition entre art et économie est souvent fondée sur un clivage entre une utilité fonctionnelle et une valeur esthétique (ou encore entre le fond et la forme.) Or la satisfaction des besoins est l'objet premier de l'économie, d'où la priorité prêtée au fond sur la forme. Les doctrines de l'art pour l'art ont corroboré de tels clivages, au point de dévaloriser les artisans qui, à l'inverse des artistes, tentaient de maintenir un équilibre entre la forme et la fonction. Cette tradition conduisit au jugement célèbre de Max

Eastman voyant dans les artistes qui entraient en relation avec les sphères de la production l'avis de décès de leur talent (Molotch, 2003)ⁱ. D'autres oppositions étaient moins fortes, telle celle de Baudelaire pour qui la beauté ne prend son sens que dans le contexte des conditions et cadres de vie matériels où elle est introduite. Faute d'être relié à ce contexte, le message esthétique restait peu compréhensible, d'où la notion de double composition de l'œuvre d'art. Les designers semblent aujourd'hui échapper à cette dichotomie en montrant la difficulté de séparer la *substance du fond* de la *substance de la forme*. L'histoire reconnue de la mode aux débuts du XXe siècle en témoigne. Celle, souvent oubliée, de l'automobile est tout aussi révélatrice. Le célèbre modèle T, devenu le symbole du fordisme, ne pouvait faire l'objet d'aucune évolution susceptible de lui conférer des formes courbes et arrondies : les machines ne le permettaient pas, et la disposition physique des ateliers ne permettait même pas d'introduire dans le processus de production des machines plus flexibles. Ford ajoutait à cela qu'il était prêt à vendre son modèle avec toutes les couleurs possibles à condition que ce soit du noir. Par contre, General Motors, qui s'était associée les compétences en décoration de ceux qui dessinaient les voitures des stars hollywoodiennes, commença à introduire des couleurs variées dans ses modèles et des lignes courbes, à l'avant comme à l'arrière, ce qui offrait d'autres possibilités de rangement, par exemple pour la roue de secours. Pour y arriver, *General Motors* mit au point un acier spécial permettant cette flexibilité. Joint à la suppression des écrous, la firme put développer des formes qui gagnaient à la fois sur le plan de l'aérodynamisme et de l'esthétique, au point que l'on parla plus tard de *voitures sculptées*. Comme l'affirma Barthes dans un autre contexte, celui de l'observation des visiteurs du salon de l'automobile de Paris face au modèles de Citroën : « *Le corps de la voiture et ses liaisons sont touchées, la carrosserie est palpée, les sièges sont essayés, les portes caressées, les sièges expérimentés... Ces voitures sont presque l'équivalent de nos cathédrales gothiques... conçues avec passion par des artistes inconnus dont l'image sinon l'usage est consommé par des personnes qui se l'approprient comme un objet magique...* ».

La satisfaction des besoins est donc compatible avec la différence des formes, et ces dernières peuvent devenir des éléments déterminants pour la conquête de nouveaux marchés. En outre, cette modification des formes peut résulter de sauts liés à l'adoption ou l'interpénétration de nouvelles images ou de nouvelles références alors que l'adaptation du fond est souvent plus continue, faite de progrès à la marge. Cette modification des formes joue souvent sur l'émotion ou des valeurs symboliques qui suscitent un besoin de renouvellement considérable, lui-même source de gains économiques. Le bien prend alors un sens qui dépasse sa fonction. Cette valeur symbolique peut devenir déterminante : elle produit de véritables logos témoignant de l'appartenance à un groupe ou même à une nouvelle ethnie. Les artistes aiment souvent jouer sur cette confusion entre forme et fonction comme en témoigne ce célèbre banc de jardin à la fois réservé aux promeneurs et aux fleurs.

Les produits, quels qu'ils soient, associent donc ces fonctions dans des proportions diverses et avec des cas extrêmes : celui du bien ayant perdu toute fonction utilitaire mais doté d'une dimension esthétique et/ou sémiotique ; celui du bien dont la valeur esthétique ou formelle serait très faible vis-à-vis de son contenu fonctionnel. Des transgressions sont possibles comme celle de Duchamp emmenant dans un musée un objet utilitaire qui avait justement perdu de son utilité sans bénéficier pour autant d'une valeur esthétique reconnue. L'économie contemporaine souligne cette valeur esthétique des biens, source de différenciation des produits et d'identification des consommateurs. Ainsi les *produits culturels* sont-ils des produits dont la valeur esthétique est recherchée pour elle-même sans que cela ne se fasse au détriment de leur fonction utilitaire, là aussi avec le cas extrême de l'œuvre d'art, celle qui n'aurait plus d'autre valeur qu'esthétique

ou sémiotique. La production de ces produits culturels doit doubler aux arts : les savoirs artistiques leur servent de références, et les savoir-faire artistiques de leviers de leur fabrication.

I.2. La fabrique de la culture

Une chose est de constater la contribution potentielle de la culture au développement, autre chose de considérer la manière dont la culture peut remplir cette fonction. Cela passe par l'existence et de la mobilisation possible de compétences artistiques, ce qui implique des conditions en amont et en aval de leur simple existence

En amont on trouve la formation de ces compétences, l'incitation à conduire des projets culturels, la capacité à définir le cadre suscitant une bonne synergie entre des compétences complémentaires les unes des autres. En aval, on trouve la capacité de trouver les bons vecteurs de communication, la nécessité de mettre en place de nouveaux modèles d'affaires adaptés au nouveau contexte imposé par le numérique, le respect des droits de propriété intellectuelle ainsi créés, etc..

Il existe donc de nombreuses dimensions à la fabrique de la culture dont les dimensions sont sociales, juridiques et territoriales autant qu'économiques. A ce stade nous nous concentrerons sur les conditions géographiques ou de localisation.

- Le caractère idiosyncratique des produits culturels

Un produit culturel renvoie à des conditions de production spécifiques, et il change de nature en fonction des facteurs de production, tangibles et intangibles, et de leurs combinaisons. Leur production n'est donc pas indifférente à la nature de leur environnement, et la localisation apparaît alors comme un déterminant de tels produits. Ce caractère idiosyncrasique peut être plus ou moins présent. L'œuvre d'art correspond à l'essence même du produit idiosyncratique, puisqu'il est unique à l'image de son producteur. D'autres biens le sont à un degré moindre tels les multiples ou les copies. Les industries culturelles témoignent de cet assouplissement du caractère idiosyncratique qui porte sur certaines composantes du bien mais pas sur toutes. Pour leur part, les industries de la créativité produisent au départ des biens idiosyncratiques, quitte à ce que la nature de ces biens et des structures qui les produisent évolue vers la normalisation et l'industrialisation.

Les lieux contribuent à déterminer la substance des produits qui y sont faits, et d'un lieu à l'autre cette substance changera. Ce constat n'est pas sans rapport avec l'image prêtée aux métropoles, telle Paris la ville-lumière, New York la ville qui ne dort jamais, Los Angeles la ville qui scintille, etc. Ces images ont surtout une dimension métaphorique qui déteint sur l'ensemble des activités, ce qui, là encore, n'est pas sans rappeler le concept d'atmosphère industrielle d'Alfred Marshall. Cela signifie surtout qu'au-delà des facteurs tangibles de la production, souvent substituables et mobiles, il existe des facteurs intangibles ancrés dans un contexte territorial, à commencer par les capitaux humains et sociaux spécifiques. Le caractère d'un lieu, lui-même hérité de sa tradition, produit ainsi ce que certains ont appelé les berceaux du co-développementⁱⁱ.

Mais il ne s'agit pas là que de simples constats empiriques. Toute la réflexion inspirée des districts industriels peut ici servir à faire comprendre l'importance d'une bonne organisation territoriale, laquelle renvoie à deux caractéristiques centrales.

- La nouveauté intrinsèque de ces biens culturels. Dans un texte de Schumpeter récemment mis à jour, le bien culturel impose de lui-même un changement possible du paradigme traditionnel du risque. Dans sa description des peintures de Mantegna, Schumpeter montre comment la créativité artistique passe d'une norme à une autre de sorte que « *cette transition ne puisse être ramenée en rien à des mouvements successifs à la marge* » (Schumpeter, 1933)¹. Cette idée d'une incertitude qui va au-delà de la simple distribution de probabilités sera abondamment reprise par Richard Caves (2000) dans son ouvrage sur les industries créatives en utilisant comme leitmotiv de l'économie culturelle la formule : « *Personne ne sait* ». Ce que de Vany (2004) formulera de manière assez systématique en montrant que l'économie de la culture est une économie d'extrêmes, des succès considérables pouvant survenir aussi bien que des échecs sans que l'on puisse vraiment les anticiper au moment où les productions sont envisagées et programmées.

- La dimension intangible des biens culturels, les possibilités de copiage et de circulation liée au numérique bouleversent en grande partie le fonctionnement du secteur. Un nombre croissant de biens culturels se caractérisent par des coûts de production élevés et des coûts de duplication très faibles, ce qui leur confère des attributs de bien collectif semi divisible et les expose au risque du copiage (Watt, 2000). Les producteurs doivent de nouveau s'adapter en écrémant les marchés en fonction de la disponibilité à payer en réduisant les durées de vie de leurs produits par le renouvellement rapide de leurs composantes; en associant leurs produits à des supports dédiés élevant d'autant le coût de duplication et prévenant alors le copiage; sans compter bien entendu l'incorporation de dispositifs techniques censés bloquer tout copiage.

Ces deux caractéristiques contemporaines de la fabrique culturelle – nouveauté et intangibilité – conduisent les entreprises culturelles à devoir changer très vite de production, de fonctions de production et par conséquent la mobilisation de compétences spécifiques. Il existe une « turbulence » propre au domaine culturel qu'illustre fort bien l'économie du cinéma et que l'on retrouve aussi dans la production de spectacles vivants et d'ouvrages littéraires ou même dans la production de produits culturels tels les jeux vidéo ou certains parfums.

- Une première conséquence porte sur la durée de vie des entreprises. Souvent constituée pour un projet donné et mobilisant donc pour cela des compétences spécifiques, elles devront vite, pour durer, envisager d'autres projets et donc modifier les compétences spécifiques mobilisées. C'est là un défi difficile à assumer, et beaucoup d'observateurs évoquent la fragilité de ces entreprises. Encore convient-il de savoir plus précisément quelle en est l'origine, car deux interprétations sont désormais possibles : l'incertitude quant à la demande ; la difficulté d'assumer les réorganisations nécessaires au passage d'un projet à un autre ou à la gestion simultanée de plusieurs projets.

- Une seconde conséquence a trait à la nature de l'environnement permettant aux entreprises d'assumer cette contrainte de variété. Au cours des dernières années et dans la continuité des travaux sur les districts industriels, un certain nombre d'études ont émis l'hypothèse selon laquelle les entreprises culturelles gagneraient à se situer à proximité les unes des autres. Pour justifier cela, on fait référence à l'apport du district « *marshallien* » et la nature idiosyncratique des produits culturels.

¹ « *Development* » de Joseph A. Schumpeter, 1933, repris dans *Journal of Economic Literature*, Vol. XLIII (mars 2005), p. 108-120. Citation de la page 115.

- Le district culturel

La conjonction assez logique de la notion de district et du caractère idiosyncratique des biens culturels conduit aujourd'hui des observateurs comme des analystes à proposer la notion de districts culturels. Le district culturel regroupe alors des entreprises produisant des biens ou services culturels, auquel s'intègrent les entreprises d'équipement ou d'accessoires comme des services de distribution. En outre ces districts mettent en évidence des marchés du travail *adhocratiques* (où s'échange l'usage de compétences très spécifiques) que les artistes comme les producteurs ont intérêt à rejoindre. Les premiers car ils doivent souvent passer d'un projet à l'autre, ce qui signifie souvent d'une entreprise à une autre, d'où l'intérêt pour eux de se situer à proximité des donneurs d'ordre. Les seconds car ils doivent recomposer en permanence leurs combinaisons productives d'où l'intérêt pour eux de se situer à proximité de telles compétences (Document B1). Cette reconnaissance s'accompagne très vite de typologies plus ou moins pertinentes, un débat étant en fait de savoir si l'attribution de « reconnaissance géographique » au sens de l'Organisation Mondiale de la Propriété Individuelle ne pouvait pas leur conférer une visibilité et une efficacité encore plus grande.

Mais ici, l'enjeu est à la fois plus modeste et plus direct. Peut-on déduire de telles analyses que la proximité géographique renforce la viabilité des petites entreprises culturelles, à commencer par celles qui se créent ? Conclure de cette manière est hâtif car les éléments de concurrence peuvent au moins être aussi importants que les éléments de synergie. Il convenait donc de faire la part de ces deux effets et de vérifier que les effets de synergie l'emportent sur les effets de compétition, ce que nous avons démontré à partir des données statistiques de la base de l'INSEE dite SINE. Cette étude vient d'être publiée (Grefte et Simmonet : *Les nouvelles entreprises culturelles : le rôle du regroupement géographique*, *Revue économique de Louvain*, 2008, N°3 [Document B1]). Dans cette étude on montre que si la coexistence de deux entreprises culturelles de même nature réduit leur chance de survie de 50%, la coexistence d'entreprises culturelles relevant de différents sous secteurs (arts visuels, spectacle vivant, patrimoine, industries culturelles, industries créatives ou de produits culturels) augmente cette chance de survie de 150% : L'effet de synergie l'emporte donc sur l'effet de compétition et justifie le recours au concept de district culturel.

La proximité devient alors un atout pour tous ceux qui contribuent à la mise en place des produits culturels.

- Leurs producteurs peuvent bénéficier échanges non monétaires (ou quelques fois monétaires) qui leur permettent d'ajuster en permanence leurs savoir-faire et leurs connaissances.
- Ceux qui travaillent au sein d'organisations culturelles savent que les contours de telles organisations changeront en fonction de la nature des projets. Ils ont alors tout intérêt à rester à proximité des donneurs d'ordre car ils devront rapidement changer d'organisation.
- Enfin, la commercialisation des œuvres culturelles a toujours posé des problèmes à leurs producteurs et la coordination de leurs moyens est indispensable à la création de réseaux spécifiques.

Ce besoin de proximité est plus ou moins important selon le stade de la filière de production où l'on se situe, ou selon la taille des entreprises.

Dans le domaine des produits culturels, les grandes entreprises tendent à se concentrer sur les fonctions de distribution, qu'elles sont d'ailleurs les seules à pouvoir assumer sur des marchés de taille mondiale, et à ne produire que pour des produits exceptionnels, par exemple des blockbusters.

À l'opposé les petites entreprises qui œuvrent surtout dans le domaine de la production sont dépendantes de leur situation dans l'espace. Elles doivent pouvoir arbitrer en permanence entre les différents facteurs de production possibles, ressources artistiques ou autres, et lier de manière étroite leur activité de production d'aujourd'hui à la préparation de celle de demain.

Le district apparaît alors comme un lieu de proximité qui utilise à la fois les leviers d'une croissance exogène et d'une croissance endogène.

- Croissance exogène dans la mesure où il cherche à satisfaire des demandes externes, même lorsque ces demandes se déplacent pour venir utiliser les biens culturels sur place comme c'est le cas des musées ou des festivals.

- Croissance endogène dans la mesure où la proximité des « acteurs » permet d'imaginer et de réaliser de nouveaux produits, dont on espère qu'ils susciteront une demande, une fois exposés.

I.3. Méthode et données

Pour savoir si la région Ile de France constitue aujourd'hui un milieu favorisant la mise en œuvre de cette nouvelle économie de la culture, on cherchera à savoir s'il existe des réseaux équilibrés d'entreprises culturelles conduisant à des synergies positives pour le développement de l'Ile de France.

Une première étape consistera donc à analyser les dynamiques territoriales en cours en partant des analyses standards de la concentration,

Une seconde étape passera à une analyse plus explicative reposant sur l'ajustement des fonctions de stocks et de flux d'entreprises, pour voir si les résultats effectifs correspondent ou non aux résultats prévus par ces modèles.

Une dernière étape consistera à voir si l'analyse des comportements des acteurs culturels et économiques explique ou non ces données statistiques. On pourra alors proposer un diagnostic sur la nature de l'économie culturelle de l'Ile de France et sa capacité ou non à assumer les fonctions qui peuvent lui être prêtées.

Pour répondre à cet objectif, un certain nombre d'options de méthode ont été prises dès le départ.

- L'entreprise comme acteur culturel

De manière générale les études consacrées à l'économie culturelle donnent une place centrale à la consommation de biens culturels, l'analyse de la production suivant au mieux et sous l'angle de la gestion plutôt que sous celui de l'économie. Il en résulte alors une analyse de l'efficacité de cette économie en termes d'accessibilité et d'inégalités plutôt que de soutenabilité et d'innovation.

En liaison avec la logique de cette recherche, il a donc été choisi de raisonner à partir des entreprises culturelles (au sens économique avant même que juridique). On s'interroge donc essentiellement sur la répartition des stocks d'entreprises culturelles et des flux de nouvelles entreprises, en cherchant bien entendu à savoir s'il existe des explications de leur éventuelle concentration, et si oui, les dynamiques de développement ou non de telles entreprises.

- La subdivision du secteur culturel

Les activités culturelles sont repérées grâce au code d'activité de l'entreprise renseigné au niveau 700 de la nomenclature d'activité française (NAF700). La nomenclature de référence est la NAF 1993 qui prévalait à l'époque de l'enquête. Les systèmes statistiques existants font du spectacle vivant, des arts plastiques et du patrimoine (avec des nuances quant au cinéma) le cœur des activités culturelles. On parle souvent ici d'œuvres d'art plutôt que de biens culturels. Leur production part en général de motivations endogènes au champ artistique. Au titre des activités artistiques traditionnelles, on retient :

- Sous la dénomination « Arts visuels » dans le texte : les activités artistiques (92.3A);
- Sous la dénomination « Spectacle Vivant » dans le texte : les services annexes aux spectacles (92.3B), la gestion de salles de spectacle (92.3D), les autres spectacles (92.3J) ;
- Sous la dénomination « Patrimoine » dans le texte : la gestion des bibliothèques (95.5A), la gestion du patrimoine culturel (92.5C), la gestion du patrimoine naturel (92.5E).

À ce cœur s'ajoute la notion devenue traditionnelle des industries culturelles : audiovisuel, disque et livre. La notion de reproductibilité apparaît ici au premier plan et les investissements nécessaires à la production de ces « produits en boîte », tels les disques ou les livres, impliquent l'identification préalable de certains marchés pour réduire l'incertitude. La consommation de ces produits échappe en outre à toute localisation. Au titre des industries culturelles, on retient :

- Sous la dénomination « Edition » dans le texte : l'édition de livres (22.1A), l'édition de revues et de périodiques (22.1E), la reliure et finition (22.2E), la composition et photogravure (22.2G), les autres activités graphiques (22.2J) ;
- Sous la dénomination « Audiovisuel » dans le texte : l'édition d'enregistrements sonores (22.1G), la reproduction d'enregistrements sonores (22.3A), la reproduction d'enregistrements vidéo (22.3C), les studios et autres activités photographiques (74.8A), les laboratoires techniques de développement et de tirage (74.8B), la production de films pour la télévision (92.1A), la production de films institutionnels et publicitaires (92.1B), la production de films pour le cinéma (92.1C), les prestations techniques pour le cinéma et la télévision (92.1D), la distribution de films cinématographiques (92.1F), l'édition et la distribution vidéo (92.1G), la production de films cinématographiques (92.1J), les activités de radio (92.2A), la production de programme de télévision (92.2B), la diffusion de programme de télévision. (92.2C).

L'importance croissante des produits culturels (artisanat d'art, mode, images numériques, etc.) associant valeur esthétique et fonction utilitaire, crée une nouvelle frontière. La culture intervient ici en tant que source de consommation intermédiaire (la production de ces biens mobilise des ressources culturelles) et non plus comme objet de consommation finale. Au titre des industries de la créativité, on retient sous la dénomination « Produits culturels » dans le texte : le travail de la pierre (26.72), la fabrication de monnaies et médailles (36.2A), les industries connexes de l'ameublement (36.1K), la fabrication d'instruments de musique (36.3Z), la bijouterie fantaisie (36.6A), la fabrication d'objets divers en bois (20.5A), la fabrication de parfum (24.5C). Mais compte tenu d'un certain nombre de problèmes de fiabilité statistique, ces données ne seront ici utilisées que de manière accessoire.

- La zone d'emploi comme référence territoriale

Il convient d'emblée de définir un type d'aire géographique servant de référence, en sachant que l'approche du district culturel s'appuie sur des zones à géométrie variable mais qu'une analyse systématique d'un espace dans de tels termes doit s'appuyer sur des aires comparables.

Ces aires doivent donc être comparables mais elles doivent aussi être suffisamment importantes pour que les concentrations soient significatives et ne résultent pas d'un aléa, mais suffisamment fines aussi pour que l'on puisse identifier des logiques spécifiques à l'œuvre. Concernant l'Île-de-France, on peut choisir a priori entre trois niveaux : celui des départements, celui des communes et celui intermédiaire des zones d'emplois. C'est ce dernier niveau qui a été privilégié. En effet, les départements sont déjà très importants et peuvent donc noyer un certain nombre d'informations fines dans des ensembles qui en réduisent la portée. À l'inverse sur des territoires fortement urbanisés, les frontières communales définissent des ensembles de taille très variée et pas toujours significative. Aussi pour tenir compte de cette double contrainte a-t-il été choisi de considérer un niveau intermédiaire, celui de la zone d'emploi.

Une zone d'emploi est un espace géographique à l'intérieur duquel la plupart des actifs résident et travaillent. Les déplacements domicile-travail constituent la variable de base pour la détermination de ce zonage. Le découpage respecte nécessairement les limites régionales, et le plus souvent les limites cantonales (et donc a fortiori départementales). Il était recommandé de ne pas créer de zones réunissant moins de 25 000 actifs. Défini pour la France métropolitaine, il comporte actuellement 348 zones. Pour l'Île de France on est donc en présence de 24 zones. Selon l'Insee et les services statistiques du Ministère du Travail, ce découpage en zones d'emploi constitue une partition du territoire adaptée aux études locales.

II. L'hyper concentration culturelle parisienne

II.1. L'île de France face aux autres régions françaises (Document A2)

Le tableau N° II.1 donne un certain nombre de données de base qui permettent de mesurer la domination exercée par la région Ile de France sur le reste du pays en termes culturels.

Tableau II.1. Statistiques d'ensemble des régions françaises

Région	(1)	(2)	(3)	(4)
Alsace	0,759394	0,7441822	5567	533
Aquitaine	0,6746206	0,9680648	8127	1527
Auvergne	0,5399392	0,7849076	2851	474
Basse-Normandie	0,6170188	0,9319437	3521	549
Bourgogne	0,6311532	0,9450647	4113	637
Bretagne	0,6878681	0,9485897	8498	1206
Centre	0,5924444	0,9266471	5875	885
Champagne-Ardenne	0,6061516	0,7707297	3211	382
Corse	0,6030264	0,6368581	635	135
Franche-Comté	0,512055	1,014287	2324	457
Haute-Normandie	0,5792207	0,8421147	4081	539
Ile-de-France	2,225357	1,386962	121464	9509
Languedoc-Roussillon	0,6833149	0,8261893	6007	1155
Limousin	0,71939	1,009231	2066	316
Lorraine	0,7816935	0,877252	6593	713
Midi-Pyrénées	0,6802751	0,9705045	7487	1367
Nord-Pas-de-Calais	0,640175	0,8879871	9248	1126
Pays-de-la-Loire	0,57463	0,9381549	8128	1280
Picardie	0,4068392	0,838985	2716	519
Poitou-Charentes	0,5102947	0,9525447	3383	692
Provence-Alpes-Côte d'Azur	0,8088972	0,766171	14795	2336
Rhône-Alpes	0,6875684	0,8917669	17017	2776

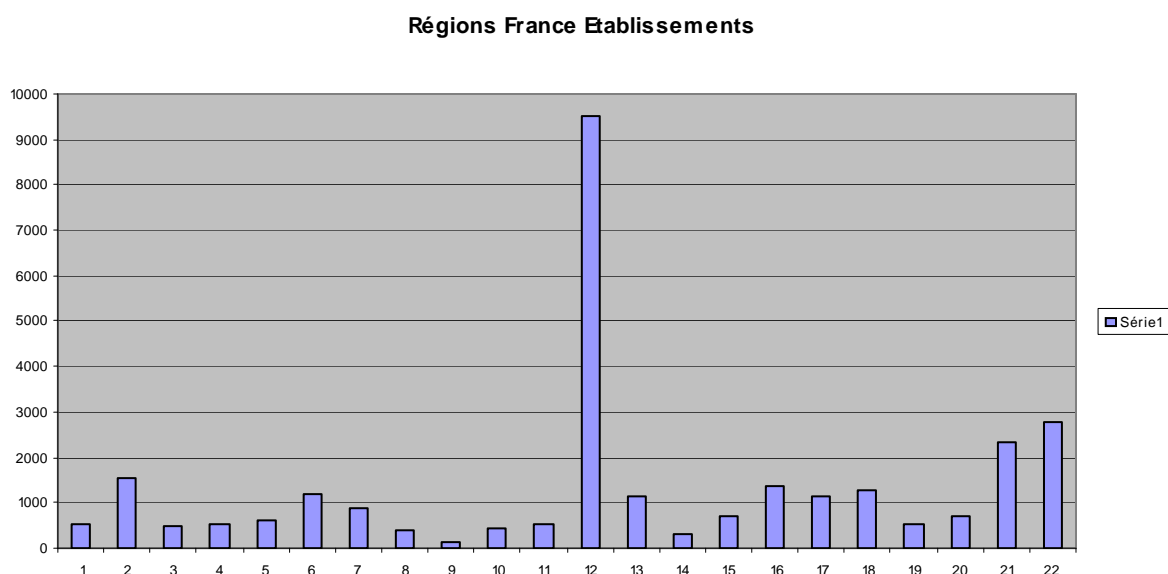
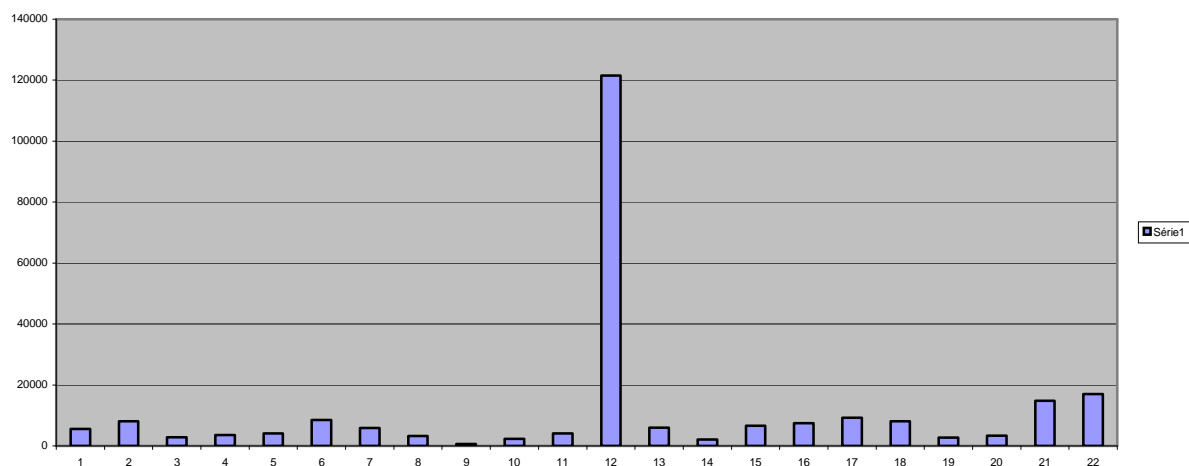
(1) - Indice de concentration des emplois culturels : rapport entre la part des emplois culturels de la zone dans les emplois de la zone et la part des emplois culturels en France dans les emplois en général en France

(2) - Indice de concentration des établissements culturels : rapport entre la part des établissements culturels de la zone dans les établissements de la zone et la part des établissements culturels en France dans les établissements en général en France

(3) - Nombre d'emplois culturels

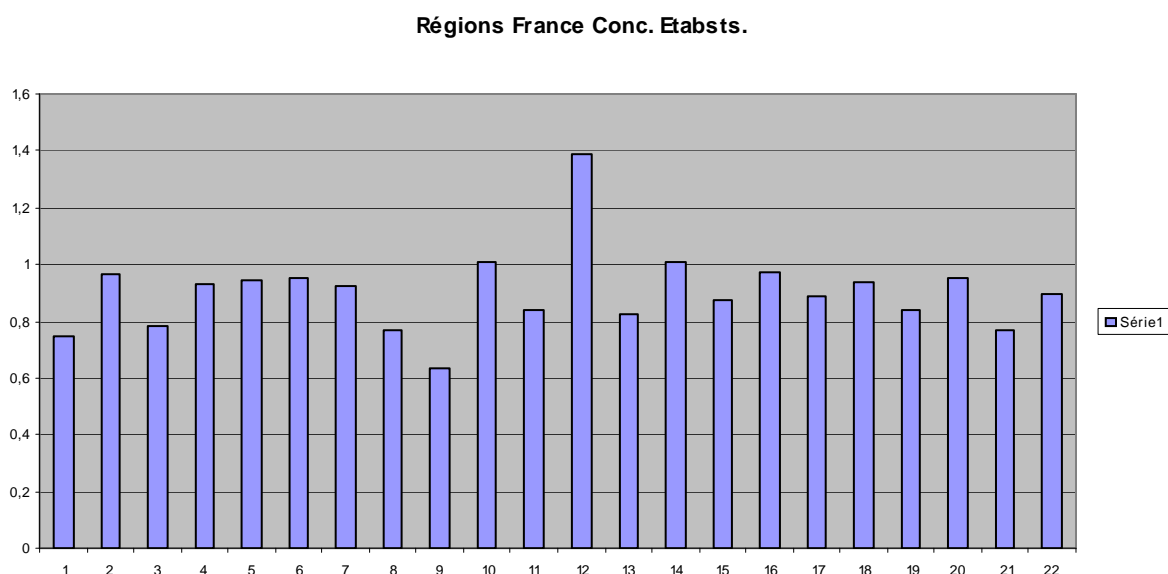
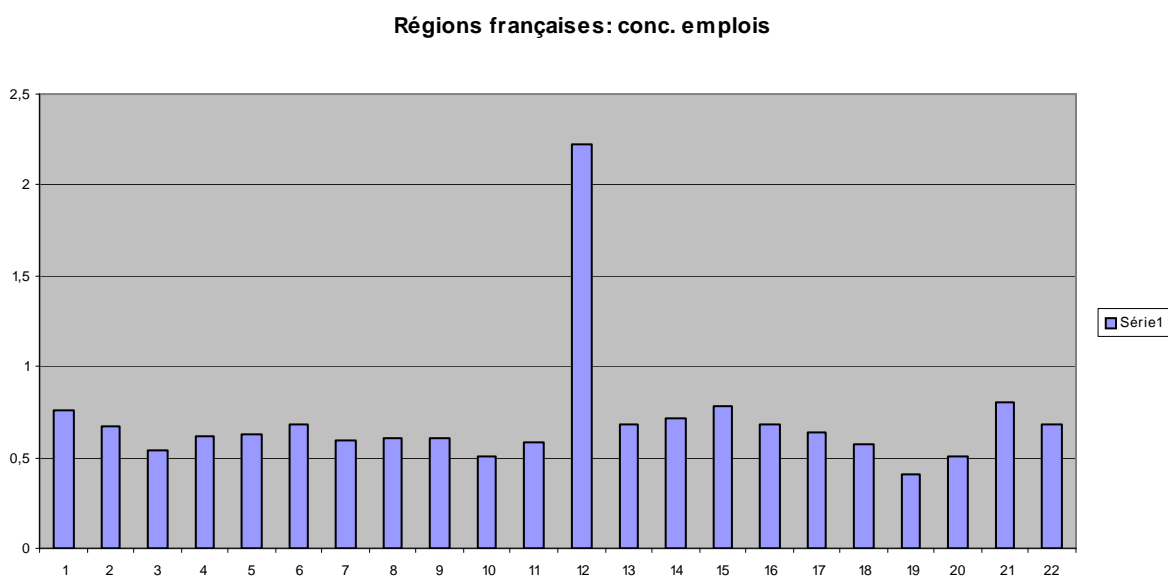
(4) - Nombre d'établissements culturels

L'analyse des valeurs absolues témoigne de déséquilibres considérables au seul profit de l'île de France, et l'on peut se douter qu'une concentration d'entreprises et d'emplois culturels n'a pas du tout les mêmes effets selon qu'elle concerne quelques milliers ou quelques dizaines d'unités, que ce soit en terme d'organisation de réseaux, de formation, d'effets de synergie, etc.

Tableau II.2. Nombre des établissements culturels par régions**Tableau II.3. Nombre des emplois culturels par régions**

Le déséquilibre a priori moins grand en nombre d'entreprises qu'en nombre d'emplois tient ici au fait qu'il existe dans le domaine culturel de très nombreuses petites entreprises comptant donc peu d'emplois, mais que les principales des grandes entreprises sont localisées justement en Ile de France ou/et à Paris.

Mais on ne peut raisonner sans tenir compte de la répartition des activités économiques en général qui doivent ici pondérer les choses. Ceci étant, on retrouve de fortes inégalités en termes d'indices de concentration.

Tableau II.4. Indices de concentration des établissements culturels par régions**Tableau II.5. Indices de concentration des emplois culturels par régions**

En fait, ces concentrations changeront selon les sous secteurs culturels utilisés. Le tableau permet de voir en effet :

- qu'en terme d'établissements, la concentration est très forte dans les industries culturelles et moins dans celui des secteurs culturels traditionnels, surtout ici dans le patrimoine ;
- qu'en termes d'emplois, on retrouve le même type de diagnostic mais qu'une donnée doit interpeller, la concentration en spectacle vivant, alors que l'on pourrait ici imaginer une répartition plus étale de ces emplois entre les différentes régions puisqu'il s'agit là d'un pilier de la politique culturelle de la France depuis la création du ministère de la culture en juillet 1959.

Tableau II.6. Les indices de concentration de l'Île de France

	EMPLOIS	ETABLISSEMENTS
Arts visuels	1,744 (1)	1,028 (9)
Spectacle vivant	1,446 (2)	1,031 (7)
Patrimoine	0,997 (10)	0,362 (22)
Livres	2,302 (1)	1,644 (1)
Audiovisuel	2,713 (1)	1,757 (1)

Les indices supérieurs à 1 signifient qu'il existe relativement plus d'emplois ou et d'établissements en Île de France que ce que le potentiel économique moyen de l'Île de France devrait permettre. Plus cet indice est élevé, plus la concentration est forte. Un indice inférieur à 1 signifie que l'Île de France présente la caractéristique concernée dans un rapport moins élevé que ce que permet sa taille moyenne.

II.2. Paris face aux zones d'emploi de l'Île de France (Document A3 & A4)

On peut considérer maintenant les indicateurs caractérisant Paris par rapport au reste de l'Île de France. On retrouve des éléments comparables, patrimoine excepté :

- La concentration dans le domaine des industries culturelles reste exceptionnellement forte au profit de la zone d'emploi de Paris, mais relativement moins pour l'audiovisuel que pour l'édition. Il faut dire ici que la présence de Boulogne, dont l'indicateur de concentration audiovisuel est exceptionnel, change la comparaison et que, hormis Montreuil et Nanterre, peu de zones d'emplois peuvent témoigner d'une activité audiovisuelle significative.

- La concentration des activités patrimoniales au profit de Paris est très forte, surtout en emplois sinon en établissements. Même Versailles ne bénéficie pas, d'après les données, d'un indice de concentration en emploi supérieur à 1 (sinon en établissement où il est très élevé : plus de 5.). Par contre Fontainebleau en bénéficie (1,307) ainsi d'ailleurs que Mantes et Poissy.

- La concentration des arts visuels est amplifiée dans le cas de Paris (l'indice passe alors de 1,744 à 2,013), ce qui est très élevé, d'autant plus que les autres indices sont très faibles à l'exception des Mureaux (1,097).

- C'est dans le domaine du spectacle vivant que les différences d'indice de concentration sont les plus atténuées.

- Les indices de concentration en termes d'établissements sont partout moins élevés que les indices de concentration en termes d'emplois, ce qui signifie donc que les établissements culturels de Paris sont relativement plus importants que ceux de l'Île-de-France, de même que les établissements culturels de l'Île-de-France étaient relativement plus importants que ceux de la France. Il existe pourtant un domaine où les deux indicateurs sont presque équivalents, celui de l'audiovisuel, ce qui correspond d'ailleurs au secteur où la concentration au bénéfice de Paris est la moins forte que pour tous les autres secteurs.

- *Le rôle de la distance par rapport au centre*

Cette analyse témoigne d'une forte concentration au fur et à mesure que l'on se rapproche du cœur de la région – donc de Paris – et inversement. On constate en effet que les zones contiguës de celle de Paris témoignent d'indicateurs de concentration en établissements et d'emplois supérieurs aux zones plus éloignées.

Tableau II.7 Indices de concentration et nombres absolus d'emplois et d'établissements

	(1)	(2)	(3)	(4)
boulogne	1,657226	1,304983	15599	746
cergy	0,2097106	0,6231378	598	111
coulommiers	0,3832445	0,3259096	105	11
creteil	0,473363	0,5855783	2746	312
dourdan	0,2358144	0,6577048	124	33
etampes	0,2120129	0,5412529	64	16
evry	0,3682506	0,5999109	914	100
fontainebleau	0,5856243	0,675457	258	35
lagny	0,7394058	0,5959436	987	42
mureaux	0,1741541	0,4412388	158	25
mantes	0,302172	0,6001147	241	40
meaux	0,2184739	0,4344963	187	39
melun	0,2035877	0,5361177	400	72
montereau	0,1719845	0,3544969	41	8
montreuil	0,6868061	0,7910744	4533	486
nanterre	0,7302133	0,8381422	15401	1015
nemours	0,1330967	0,5171909	45	14
orly	0,3617862	0,4977112	1198	120
orsay	0,3814964	0,6193791	512	51
paris	1,802946	1,377436	68231	5312
poissy	0,174802	0,6067635	205	39
provins	0,2841993	0,5978652	60	14
roissy	0,0399625	0,2430609	52	10
saintdenis	0,573854	0,6621142	5460	442
versailles	0,2809007	0,6229841	2056	261
vitry	0,3990993	0,751214	1289	155

(1) - Indice de concentration des emplois culturels : rapport entre la part des emplois culturels de la zone dans les emplois de la zone et la part des emplois culturels en France dans les emplois en général en France

(2) - Indice de concentration des établissements culturels : rapport entre la part des établissements culturels de la zone dans les établissements de la zone et la part des établissements culturels en France dans les établissements en général en France

(3). Nombre absolu d'emplois

(4). Nombre absolu d'établissements

Tableau II.8. Indices de concentration en emplois

	PARIS	ILE DE FRANCE
Arts visuels	1,74	1,02
Spectacle vivant	1,44	1,03
Patrimoine	0,99	0,36
Livres	2,30	1,64
Audiovisuel	2,71	1,75
Moyenne	1,8	2,22

Les indices supérieurs à 1 signifient qu'il existe relativement plus d'emplois ou d'établissements à Paris ou en Ile de France que ce que le potentiel économique moyen de Paris ou de l'Ile de France devraient permettre. Plus cet indice est élevé, plus la concentration est forte. Un indice inférieur à 1 signifie que Paris ou l'Ile de France présentent la caractéristique concernée dans un rapport moins élevé que ce que permettent leurs tailles moyennes.

Tableau II.9. Indices de concentration en établissements :
Paris (1), Zones périphériques (2 à 7) et zones non périphériques (Sources ASSEDIC)

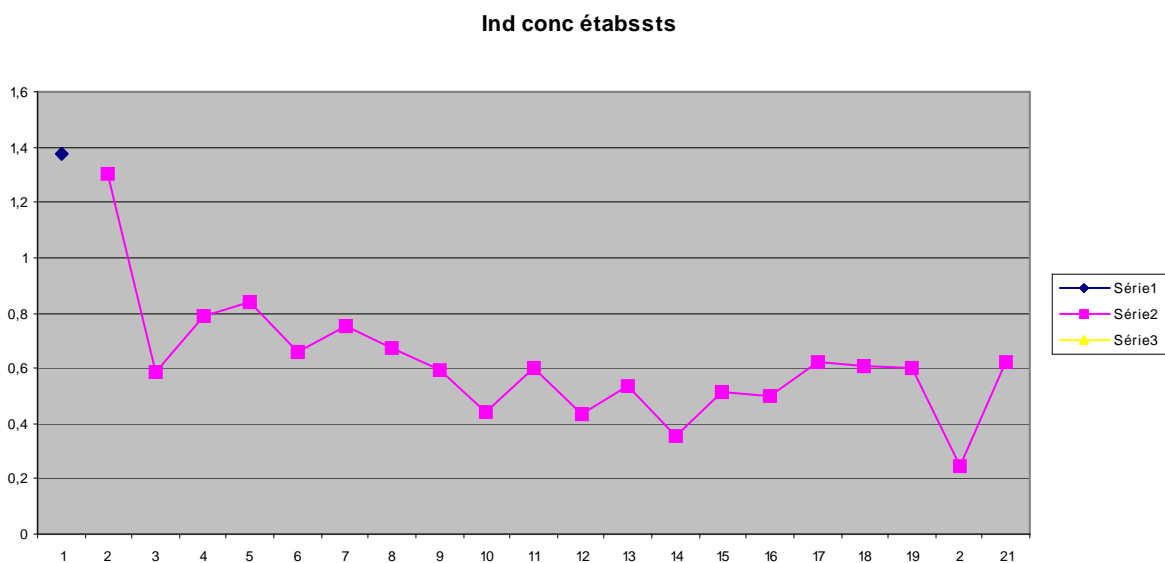
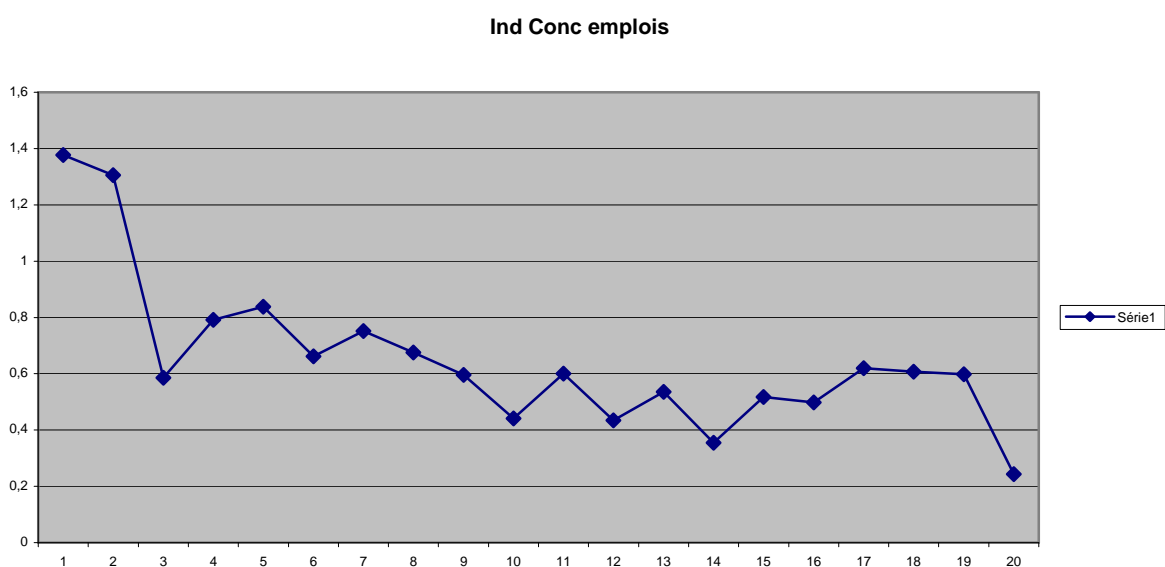


Tableau II.10. Indices de concentration en emplois :
Paris (1), Zones périphériques (2 à 7) et zones non périphériques (Sources ASSEDIC)



De manière plus générale on relève que les zones bénéficiant des indices de concentration les plus élevés après Paris sont en tendance les zones périphériques de la capitale, et qu'à l'inverse les zones les moins concentrées se situent tendanciellemment à la périphérie de la région. Il existe bien sûr quelques exceptions.

Tableau II.11. Rangement des zones, hors Paris, en termes de concentration des établissements

	ARTS VISUELS	SPECTACLE VIVANT	PATRIMOINE	EDITION DE LIVRES	AUDIOVISUEL
3 Zones le plus concentrées	Montreuil Vitry Cergy	Boulogne Montreuil Vitry	Versailles Fontainebleau Dourdan	Boulogne Montreuil Cergy	Boulogne Montreuil Nanterre
3 Zones le moins concentrées	Meaux Lagny Roissy	Les Mureaux Coulommiers Roissy	Provins Nanterre Montereau	Dourdan Nemours Roissy	Etampes Orly provins

En résumé, il apparaît donc que si l'Île de France attire une proportion très élevée d'activités culturelles, compte tenu des indicateurs d'activité en général, c'est la zone de Paris qui en est la principale bénéficiaire, très nettement en termes d'emploi sinon en termes d'établissements où les choses sont un peu moins déséquilibrées.

- En termes d'emplois, Paris concentre 28 % de l'emploi culturel total de la France (30% si l'on y ajoute la zone de Boulogne), et la part de l'Île de France est ici de 49%. La seule zone d'emploi de Paris capte donc plus du quart des emplois culturels de la France et plus de la moitié des emplois de l'Île de France.

- En termes d'établissements, Paris concentre 18 % des établissements culturels de la France (21% si l'on y ajoute la zone de Boulogne.), et la part de l'Île de France est ici de 32%. Près des deux tiers des établissements culturels de l'Île de France sont donc concentrés à Paris, et près du cinquième de ceux de la France.

Ce n'est donc pas l'Île de France qui bénéficie de cette concentration des activités mais essentiellement Paris et quelques zones périphériques en fonction du sous secteur considéré. Comme on le verra en outre plus bas, cette densité de la petite couronne s'explique d'ailleurs moins par un dynamisme qui lui serait propre que par des disponibilités foncières, le cas de la Plaine Saint Denis étant ici exemplaire.

III. Un tissu culturel désarticulé

La concentration francilienne et même française des activités culturelles au profit de Paris permet-elle aux différentes zones d'emploi de témoigner malgré tout d'un dynamisme propre et ce faisant d'irriguer le développement des zones d'emplois ?

Pour répondre à cette question, on a tenté d'expliquer l'état du stock et du flux de créations d'entreprises culturelles à partir d'un certain nombre de variables explicatives possibles. Cet exercice permet à la fois :

- d'explicitier les raisons exactes de la concentration des entreprises culturelles, une chose étant de les constater, autre chose de les expliquer ;
- de relever alors les écarts possibles entre les stocks et créations telles que l'on peut les attendre du modèle explicatif et les stocks et créations effectivement constatés, ce qui permet alors d'analyser le dynamisme intrinsèque de chaque zone – que l'on pourrait qualifier ici de volontarisme culturel – et d'améliorer l'interprétation d'ensemble de l'économie culturelle en Ile de France.

Cet exercice peut néanmoins s'effectuer de deux manières :

- dans un premier cas, on considère les seules variables susceptibles d'orienter la création ou la disparition des activités culturelles, et l'on parlera alors de modèle ou d'explication endogène ;
- dans un second cas on considère aussi les données conjoncturelles ou l'évolution des entreprises de toute nature pour la zone considérée, la variation de l'activité économique pouvant bien entendu avoir un effet sur celle des activités culturelles, un décalage d'un an étant alors introduit. On parlera alors de modèle ou d'explication exogène.

Cet exercice part des mêmes données statistiques que précédemment. Mais comme toutes les données à considérer ne sont pas également disponibles lorsque l'on considère les zones d'emploi, l'on a été obligé de réaliser cette étude sur la base des données 2001-2, ce qui peut poser un problème même si nombre de ces données n'évoluent que lentement dans le temps.

III. 1. L'approche endogène (Document A5)

- L'explication générale de l'économie culturelle

Le modèle s'efforce d'expliquer les mouvements des stocks et créations d'entreprises culturelles – ou variables expliquées – en fonction des différentes variables explicatives possibles : densité de population, taux de diplômés, taux de polarisation, composition sociologique de la population, structure d'âge de cette population, revenu fiscal moyen, etc. Le tableau 1 donne les principaux résultats de l'ajustement économétrique, la variable expliquée étant le montant du stock ou des créations d'entreprises et les variables explicatives étant ici :

- La densité de population (Densité de la population par Km²)
- La variation de la densité de population (Densité 2)
- Le pourcentage de diplômés de niveau 1 c'est-à-dire les plus diplômés ;
- Le pourcentage de moins de 20 ans ;
- La variation du pourcentage de moins de 20 ans (% de moins de vingt ans 2) ;
- Le taux de polarisation, ou rapport entre la population de ceux qui viennent travailler dans la zone et ceux qui résident dans la zone et vont travailler en dehors de la zone; Un taux de polarisation supérieur à un (pour le bassin de Roissy, il dépasse 3) signifie que le

nombre d'actifs qui viennent y travailler compense voire dépasse le nombre d'actifs de la zone qui vont travailler en dehors de la zone.

- Le rapport entre proportion des cadres et proportion des ouvriers (Cad_ouv);
- La variation du rapport entre cadres et ouvriers (Cad_ouv2).

Une variable manque car totalement non significative, ce qui peut apparaître surprenant a priori : le revenu fiscal moyen. On peut s'interroger sur son rôle insignifiant car elle devrait a priori jouer un certain rôle et il est difficile d'expliquer une telle absence en disant que cela s'explique par un volontarisme politique qui la rendrait non influente. En fait, on verra plus bas qu'une autre variable semble aspirer son pouvoir explicatif.

Toutes les variables expliquées sont en logarithme, les autres étant en données non logarithmiques, ce qui conduit à ce que les coefficients peuvent être interprétés comme des semi-élasticités.

Tableau III.1 Ajustements économétriques généraux du stock et des créations d'entreprises culturelles (Années 2000 et 2001) Sans Paris

VARIABLE	stock 2000	Créa. 2000	stock 2001	Créa. 2001
Densité	0,0014***	0,0014***	0,0014***	0,0014***
Densité2	-0,000***	-0,000***	-0,000***	-0,000***
Dip6	-0,0974*	-0,1010	-0,0946*	-0,0587
% moins 20 ans	-3,700**	-3,102*	-3,806**	-4,312**
% moins 20 ans2	0,066**	0,056*	0,068**	0,077**
Tx polarisation	-0,898***	-0,752***	-0,913***	-0,813***
Cadr_ouv	5,481***	5,477***	5,425***	5,302***
Cadr_ouv2	-1,584***	-1,528***	-1,579***	-1,673***
_cons	56,386**	45,485*	57,895**	62,452***
N	25,000	25,000	25,000	25,000
r2_a	0,863	0,828	0,862	0,845
aic	41,396	49,291	41,447	45,308
bic	52,366	60,261	52,417	56,278

Légende : Si une étoile : p (ou probabilité d'erreur) < 0,1% ; Si deux étoiles : 0,1% < p < 1% ; Si trois étoiles : 1% < p < 5%

Le premier facteur explicatif attendu est le rôle de *la densité de population* qui se trouve correspondre ici aussi à l'éloignement du cœur de la région : une variation de la densité de 1000 habitants entraîne la variation du stock de 1% ou/et la création d'une entreprise de plus de 1%. La relation ne semble pas très forte mais elle est extrêmement significative du point de vue économétrique. Par contre la variation marginale décroît.

Le taux de polarisation joue ici de manière négative, et significativement. Si l'on augmente le taux d'un point, on perd presque une entreprise. Cela joue plus en termes de stocks qu'en termes de création, et beaucoup plus pour les industries culturelles que pour les secteurs traditionnels. Deux explications peuvent être avancées ici :

- En premier lieu les élus locaux soutiennent moins les secteurs culturels traditionnels (notamment spectacle vivant et arts visuels) lorsque les migrations sont fortes. On retrouve ici une conséquence traditionnelle de la fragmentation des finances publiques locales sur un territoire donné. En effet on sera peu incité à investir les ressources de sa commune dans une activité dont les bénéficiaires risquent d'être les

contributeurs des autres communes (en quelque sorte de *free riders*) plutôt que ses propres contributeurs.

- En second lieu, les activités culturelles ayant un côté idiosyncratique dont on a déjà souligné la nature (Chapitre1), elles sont d'autant plus stables que le milieu local est stable et d'autant plus aléatoires qu'elles font l'objet de forts mouvements de population active. Cela pourrait valoir pour expliquer l'importance des coefficients négatifs concernant les secteurs culturels de type industriels.

Tableau III. 2. Ajustements économétriques du stock d'entreprises culturelles (Année 2000 et 2001) Avec Paris

VARIABLE	stock 2000	Créa. 2000	stock 2001	Créa. 2001
Densité	0,004**	0,004**	0,04**	0,004**
Densité2	-0,000***	-0,000***	-0,000***	-0,000***
Dip6	-0,0593*	-0,0636**	-0,0563	- 2,4728*
% moins 20 ans	-1,8535**	- 1,2864*	- 1,9459**	- 4,539**
% moins 20 ans2	0,0346**	0,0250**	-1,9459**	2,4728**
Tx polarisation	- 1,0249***	-0,8768***	- 1,0413***	-0,9394***
Cadr_ouv	5,6972***	5,6987***	5,6424***	5,5168***
Cadr_ouv2	-1,6884***	-1,6311***	-16847***	-1,775***
_cons	29,19***	18,427**	30,5033**	35,3963**
N	25,000	25,000	25,000	25,000
r2_a	0,899	0,832	0,872	0,866
aic	34,001	45,794	42,951	59,450
bic	44,971	56,774	53,921	59,450

Légende : Si une étoile : p (ou probabilité d'erreur) < 0,1% ; Si deux étoiles : 0,1% < p < 1% ; Si trois étoiles : 1% < p < 5%

- Le rapport entre proportion des cadres et proportion des ouvriers est extrêmement significatif et apparaît même comme l'explication la plus forte, d'autant plus qu'en termes de zone d'emploi il donne lieu à de fortes différences : de 0,27 à 2,45. Un point de variation de ce rapport en plus explique l'apparition de plus de cinq entreprises en flux et en stocks. Si l'on considère en plus les variations de flux on constate une importante différence, la croissance des entreprises étant plus sensible encore pour les arts visuels et l'édition.

Cette explication est d'autant plus forte que si l'on prend les diplômes, ils semblent peu significatifs lorsqu'ils sont placés dans la même perspective, alors qu'ils semblent plus significatifs lorsqu'ils sont considérés seuls. Dans le cadre de l'ajustement général l'élévation des diplômes joue négativement – même si c'est relativement faible et assez peu significatif.

Comment expliquer ce paradoxe ?

- Outre un problème d'interprétation des variables selon qu'on les considère seules ou dans le cadre du modèle, il semble ici que l'explication que l'on puisse donner réside dans le fait que le statut social est plus important que le diplôme, et même beaucoup plus important. Les consommateurs de biens culturels tels que le spectacle vivant ou les arts visuels sont ceux qui bénéficient d'une position sociale et non pas nécessairement ceux qui bénéficient d'un niveau d'éducation élevé. C'est là un résultat dont on ne peut minimiser l'importance puisqu'il va à l'encontre de deux idées dominantes sinon reçues : le fait que le niveau d'éducation conduit nécessairement à une demande plus élevée de

biens culturels ; le fait que les politiques culturelles aient réussi au nom de la gratuité à instiller de la démocratie dans les champs des arts visuels et du spectacle vivant.

- Par contre, le fait que l'influence de ce rapport soit encore plus forte pour les secteurs dits industriels peut ici traduire le fait que le niveau des qualifications utilisées dans ces activités est lui-même élevé, ce qui est beaucoup plus attendu. On pourrait même dire que de ce point de vue il n'y a plus de contradiction entre statut social et diplôme.

- Le pourcentage des jeunes de moins de vingt ans joue négativement : plus le pourcentage des jeunes de moins de vingt ans est élevé, moins le stock et les créations d'entreprises culturelles le sont. Augmenter d'un point la proportion des moins de vingt ans conduit à réduire le stock de plus de trois entreprises (ou de 300%). L'examen de la variable prise en tant que telle et indépendamment des autres variables conforte totalement ce premier constat.

Si cela est normal pour les secteurs culturels « industriels », ça l'est moins pour ceux où la culture est consommée sur place. Là encore l'une des idées dominantes est que les communes où la proportion des jeunes de moins de vingt ans est élevée ont tendance à être très actives en matière de support au spectacle vivant ou/et aux arts visuels, et c'est d'ailleurs un comportement que l'on peut rencontrer dans certains bassins d'emploi de manière assez claire, surtout dans le voisinage de Paris.

Il n'en reste pas moins qu'au niveau de la région le résultat va en sens inverse, et qu'il est très significatif pour le spectacle vivant (-4,771***). On peut ici avancer une autre hypothèse explicative : la culture des moins de vingt ans n'a plus grand chose à voir avec les représentations traditionnelles de la consommation culturelle, et elle passe par l'Internet, sans pouvoir anticiper un retour ultérieur de la consommation culturelle. Là encore, les politiques nationales et locales de la culture sont interpellées.

Bien que deux variables ne puissent pas être considérées comme significatives, elles peuvent garder un certain sens si on les analyse indépendamment des autres.

- Le taux d'activité des femmes : On constate ici que le stock d'entreprises culturelles s'élève avec le taux d'activité des femmes mais qu'au delà d'un certain taux il décroît (autour de 55-60%). Si la première phase peut s'expliquer assez logiquement par l'obtention de revenus personnels, il est plus délicat d'expliquer la part décroissante de la courbe.

- Le revenu fiscal médian : Ici l'analyse de cette variable isolée des autres conforte le fait qu'elle n'intervienne pas dans l'ajustement général. Non seulement l'impact de l'augmentation du revenu fiscal médian est faible mais en plus la première partie de la courbe où la pente est décroissante est assez difficile à expliquer à moins de considérer que la culture n'est pas un bien essentiel jusqu'au niveau de 16500 euros environ.

-Les variations d'explication selon les secteurs culturels

Ici les différenciations sont faites entre entreprises selon qu'elles relèvent des arts visuels, du spectacle vivant, de l'édition de livre et de l'audiovisuel (Document A5).

Tableau III.3 Synthèse des ajustements par secteurs culturels : Stocks (avec et sans Paris)

	ARTS	SPECTACLE VIVANT	EDITION	AUDIOVISUEL
Densité (Sans Paris)	0,0014	0,0018	0,0010	0,0010
Densité (Avec Paris)	0,000	0,000	0,000	0,000
Diplôme 6 (Sans Paris)	-0,068	-0,118	-0,87	-0,110
Diplôme 6 (Avec Paris)	0,033	0,082	0,050	0,071
< 20 ans (Sans Paris)	-3,718	-4,207	-2,794	-4,125
< 20 ans (Avec Paris)	-2,035	-2,402	-1,041	-2,235
Txpolarisation (Ss Paris)	-0,945	-0,920	-1,077	-1,024
Txpolarisation (Avec Paris)	-1,061	-1,041	-1,199	-1,154
Cad./Ouvr.(Sans Paris)	5,814	5,723	5,286	5,855
Cad/Ouvr (Avec Paris)	6,011	5,924	5,491	6,076

Tableau III.4 - Synthèse des ajustements par secteurs culturels : Créations (avec et sans Paris)

	ARTS	SPECTACLE VIVANT	EDITION	AUDIOVISUEL
Densité (Sans Paris)	0,001	0,001	0,002	0,002
Densité (Avec Paris)	0,000	0,000	0,000	0,000
Diplôme 6 (Sans Paris)	-0,098	-0,161	-0,239	-0,179
Diplôme 6 (Avec Paris)	0,065	0,131	0,182	0,140
< 20 ans (Sans Paris)	-3,159	-4,771	-3,423	-2,530
< 20 ans (Avec Paris)	-1,538	-3,013	-0,452	-0,590
Txpolarisation (Ss Paris)	-0,746	-0,758	1,844*	-1,105
Txpolarisation (Avec Paris)	-0,858	-0,878	0,570	-1,237
Cad./Ouvr.(Sans Paris)	5,726	5,162	6,397	5,696
Cad/Ouvr (Avec Paris)	5,916	5,439	6,429	5,916

De manière générale on peut constater les éléments suivants :

- *La densité* joue davantage pour le spectacle vivant que pour les autres secteurs culturels, ce qui est normal compte tenu de ce que le public peut ici être captif. Mais l'effet est moins fort que ce que l'on pourrait attendre sans doute parce qu'autour de Paris les mouvements de population quotidiens sont importants, tant pour le travail que les loisirs.

- *Le niveau de diplôme* joue négativement, résultat assez paradoxal déjà envisagé ci-dessus, à ceci près que la qualité des ajustements est ici limitée. Si l'effet négatif pourrait à la limite s'expliquer pour les secteurs traditionnels par les nouveaux comportements culturels (ce que Florida a largement souligné), il est difficile de l'expliquer pour les secteurs industrialisés, sauf à considérer que ces secteurs se développent plutôt là où existent des ressources foncières disponibles que sur un marché du travail qualifié. Mais comme on le verra cela est largement compensé et même inversé par la variable 'pourcentage des cadres sur pourcentage des ouvriers'.

- *La variable moins de 20 ans* exerce un effet restrictif important, surtout dans le domaine des secteurs traditionnels. Cela signifie qu'ils sont donc peu consommateurs d'art visuel et de spectacle vivant. Le fait que cette variable joue nettement moins lorsque l'on intègre la zone d'emploi de Paris dans l'analyse tient sans doute à ce que les jeunes vivant dans Paris sont plus « acclimatés » à de telles consommations que les autres, soit pour des raisons sociologiques soit pour des raisons liées à l'offre disponible et aux habitudes acquises.

- *La variable taux de polarisation* joue fortement et négativement à l'exception des créations dans le secteur de l'édition. Peut-être peut-on expliquer cela par le fait que l'édition a besoin d'un travail très qualifié et de ressources foncières ce qui la conduit à choir des zones faisant appel à une main d'œuvre venant de l'extérieur, qualifiée ou non. Mais on peut se demander alors pourquoi cela ne joue pas du tout de la même manière pour l'audiovisuel. Concernant les secteurs traditionnels on retrouve une explication plus générale: les investissements en spectacle vivant sont d'autant moins élevés que la population résidente quitte quotidiennement ce territoire pour être remplacée par une population migrante.

- *La variable « pourcentage des cadres sur pourcentage des ouvriers »* joue de manière très forte quel que soit le secteur ou même avec et sans Paris, encore qu'elle voit son influence assez logiquement augmenter quand on est avec Paris. Cela conforte l'interprétation donnée plus haut selon laquelle le statut social absorbe les niveaux de diplômes et de revenu. Mais sans doute doit-on expliquer ce rôle différemment selon que l'on considère les secteurs traditionnels ou industriels. Pour les premiers, cela s'explique par le caractère stratégique de ce public et l'on voit d'ailleurs que l'importance est encore plus forte pour les arts visuels que pour le spectacle vivant. Pour les seconds, on peut penser que cela tient à l'existence d'un marché du travail qualifié.

III.1.3. Les décalages entre résultats prévus et résultats constatés (Document A5)

Compte tenu du modèle obtenu, il est alors intéressant de vérifier si les différents bassins d'emploi correspondent dans la réalité à ce que l'on peut attendre de leurs performances.

On a donc pour chacun d'eux estimé le stock et le flux de créations d'entreprises que la zone devrait avoir conformément au modèle ajusté. On peut alors comparer ces deux grandeurs contingentes ou hypothétiques aux deux grandeurs réelles correspondantes. Dans certains bassins on va constater que les grandeurs réalisées sont supérieures aux grandeurs attendues et inversement dans les autres. Il y a donc d'une certaine manière des gagnants et des perdants et tout l'enjeu est de savoir si l'on peut expliquer ici les caractéristiques qui pousseront une zone à être gagnante ou perdante.

- Donnons à titre d'illustration de la méthode, trois exemples de traitement des zones. Il convient de souligner que si pour Créteil le nombre d'entreprises est suffisamment élevé pour que les variations prennent un sens, c'est moins vrai pour Melun et Orsay surtout dans un domaine traditionnel de la culture, tel le spectacle vivant.

Tableau III.5 Créteil

	DIFFERENCE	VALEUR REELLE	VALEUR ATTENDUE
Créteil			
Stock en général	+ 98%	2476	1248
-- Stock - Arts	+ 95%	564	289
---Stock - Spectacle vivant	+ 181%	203	72
---Stock - Editions	+ 98%	268	135
---Stock - Audiovisuel	+ 128%	318	139
Création en général	+ 93%	338	175
---Création - Arts	+ 110%	80	38
---Créations - Spectacle vivant	+ 150%	15	6
---Créations - Editions	+ 74%	54	31
---Créations - Audiovisuel	+ 132%	58	25

La zone de Créteil apparaît comme très privilégiée, tant en stocks qu'en créations. L'importance du spectacle vivant y est tout à fait remarquable ce qui peut s'expliquer aussi bien par la politique volontariste de certaines municipalités que par la proximité du vivier de spectateurs parisiens. L'importance des industries culturelles s'explique probablement pour les mêmes raisons mais cette fois-ci en termes de marché de travail qualifié. Les arts plastiques se ressentent de cette prospérité culturelle mais cette fois-ci dans des termes plus comparables à ceux de la moyenne régionale.

Tableau III.6. Melun

	DIFFERENCE	VALEUR REELLE	VALEUR ATTENDUE
Melun			
Stock en général	+ 55%	551	354
-- Stock - Arts	+ 56%	139	89
---Stock - Spectacle vivant	+ 51%	47	31
---Stock - Editions	+ 23%	42	34
---Stock - Audiovisuel	+ 64%	56	34
Création en général	+ 66%	80	48
---Création - Arts	+ 58%	19	12
---Créations - Spectacle vivant	+ 500%	6	1
---Créations - Editions	+ 25%	5	4
---Créations - Audiovisuel	+ 100%	12	6

La zone de Melun témoigne à la fois d'un stock nettement plus élevé qu'attendu et d'une vitalité nettement supérieure à celle attendue. Comment l'expliquer ? Visiblement le volontarisme culturel ne suffit pas ici car par rapport à des zones faisant l'objet de caractéristiques comparables les écarts sont très forts. Sans doute le statut de préfecture comme le fait que la ville est assez éloignée de Paris pour ne pas en dépendre contribuent-ils à expliquer ces caractéristiques a priori surprenantes.

Tableau III. 7 Orsay

Orsay	DIFFERENCE	VALEUR REELLE	VALEUR ATTENDUE
Stock en général	- 26,01%	364	492
-- Stock - Arts	- 16,91%	113	136
---Stock - Spectacle vivant	- 22,58%	24	31
---Stock - Editions	- 28,57%	45	63
---Stock - Audiovisuel	- 22,03%	46	59
Création en général	- 27,77%	39	54
---Création - Arts	- 25%	15	20
---Créations - Spectacle vivant	0%	1	1
---Créations - Editions	- 25%	3	4
---Créations - Audiovisuel	- 25%	3	4

Alors que cette zone présentait a priori des facteurs favorables notamment en termes de revenu moyen et de composition socioprofessionnelle, elle fait nettement moins que ce qui est attendu du jeu des variables explicatives dans ce cas précis. Cela est vrai pour pratiquement tous les secteurs y compris celui qui obéit le mieux à la densité de population, celui du spectacle vivant.

Le traitement des zones d'emploi permet de déboucher sur une interprétation d'ensemble grâce au tableau III.8.

On constate alors les éléments suivants :

- Les zones périphériques de Paris témoignent d'une vitalité nettement plus grande que celle suggérée par le modèle, autant en termes de stocks que de création. Ce résultat est d'autant moins ambigu que les stocks et créations y sont significatifs (à l'exception de Roissy : V. Tableau III.8). C'est notamment le cas de Boulogne, Créteil, Saint Denis, mais moins de Vitry et Montreuil. On constate que des dépassements profitent surtout aux industries culturelles à l'ouest mais qu'ils se répartissent de manière plus étale entre les secteurs d'activité culturelle au nord, est et sud est de la capitale.

- Les zones frontalières de l'Île de France font en général moins bien que prévu à quelques exceptions sectorielles près (livre à Evry). Mais il faut faire attention à ce que les effectifs sont vraiment trop faibles dans certaines zones pour que l'on attache trop d'importance aux variations mises en évidence, notamment pour des zones comme Poissy, Coulommiers, Provins ou Nemours où le nombre d'entreprises concernées est faible (V. Tableau III 8). La situation est par contre assez différente quand on va vers l'Est avec des zones comme Meaux ou Lagny, un effet Eurodisney n'étant pas du tout à négliger ici. Cela peut aussi s'expliquer parce que lorsque l'on arrive aux limites de la région les zones retrouveraient une certaine autonomie en ne souffrant plus systématiquement d'une attractivité culturelle parisienne à sens unique.

- Les zones intermédiaires sont souvent les plus pauvres en termes de dynamisme culturel (Orly, Orsay), avec quelques exceptions. On peut penser que cela s'explique par le fait qu'elles ne sont pas assez autonomes par rapport à l'attractivité culturelle parisienne mais qu'elles sont déjà trop distantes de la capitale pour en bénéficier comme

celles qui à la périphérie bénéficient du public parisien et offrent des ressources foncières à prix moins élevé que dans la capitale.

Tableau III.8 Etat des écarts entre réalisé et prévu

Zone	Stock					Création				
	Gal	Arts	SV	Ed	Aud	Gal	Arts	S.V	Ed	Aud
Boulogne	+	+	++	++	+	+	+	+	+++	+++
Cergy	-	-	-	+	--	-	+	+++	--	--
Coulommiers	++	++	++	++	++	++	+++	+++	-	+++
Créteil	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++
Dourdan	--	--	--	--	--	--	-	--	--	-
Étampes	--	--	--	--	--	--	--	-	--	--
Evry	--	--	--	+	-	-	-	-	+	-
Fontainebleau	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Lagny	--	-	++	+++	+	++	+++	=	+++	++
Mantes	--	--	--	-	--	--	--	---	++	--
Meaux	++	++	+++	++	++	++	++	+++	+++	=
Melun	++	++	++	++	++	++	++	+++	++	++
Montereau	--	-	-	--	--	-	--	-	-	-
Montreuil	-	-	-	-	-	=	+	+	+	++
Les Mureaux	-	-	--	--	+	-	--	=	--	--
Nanterre	--	--	--	--	--	-	--	--	--	-
Nemours	++	+++	-	++	+++	+++	++	=	+++	+++
Orly	--	--	--	--	--	--	--	-	--	---
Orsay	--	-	--	--	--	--	--	=	--	--
Poissy	--	-	--	-	--	--	-	=	+	=
Provins	-	--	=	-	=	--	=	-	=	-
Roissy	-	=	=	-	=	-	=	=	=	=
St Denis	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++
Versailles	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++	+++
Vitry	+	+	+	+	++	-	-	=	=	-

Lecture du tableau :

Général : ensemble des activités culturelles

Signes positifs : la performance constatée est plus forte que la performance attendue, de moins de 10% (+), de moins de 50% (++) , ou de plus de 50% (+++).

Signes négatifs : la performance constatée est moins forte que la performance attendue, de moins de 10% (-), de moins de 50% (--), ou de plus de 50% (---).

III. 2. L'approche exogène : la modification limitée des explications (Document A6)

Nous considérons maintenant l'approche dynamique des créations d'entreprises culturelles dans les zones d'emplois de la région Ile-de-France en considérant cette fois ci que les créations d'entreprises culturelles peuvent obéir à la conjoncture au moins autant sinon plus qu'à des logiques purement endogènes.

On considère cette fois-ci la création d'entreprises dans l'année (T-1) comme un facteur possible de la création d'entreprises en T (On ne traite donc plus du stock dont l'explication dépasserait sans doute la seule adjonction de la création d'entreprises l'année précédente, outre les problèmes d'explication statistique que cela poserait). Il s'agit là d'une certaine prise de risque car en fait on ne dispose que de peu de décalages pour pouvoir vraiment interpréter de manière nette cette introduction de la variable taux de création des entreprises : le décalage que l'on peut observer entre la variable explicative et la variable expliquée est d'un an, ce qui peut être contesté. Par contre, et

comme l'ont suggéré les personnes en charge du suivi de cette recherche, il serait fort possible de voir là l'effet d'un « milieu innovateur ». La variable serait en fait une caractéristique du milieu qui crée une atmosphère favorable à la création d'entreprises en général – dont les entreprises culturelles – plutôt que l'effet automatique de la création d'entreprises non culturelles – ou *mainstream* -sur la création d'entreprises culturelles

Le tableau III.9 donne les principaux résultats de l'ajustement économétrique, la variable expliquée étant le montant des créations d'entreprises et les variables explicatives étant ici :

- La densité de population (density) ;
- La variation de la densité de population (density2) ;
- Le pourcentage de moins de 20 ans (moins-s) ;
- La variation du pourcentage de moins de 20 ans (moins-2) ;
- Le taux de non diplômés (dipl-1999) ;
- Le rapport entre pourcentage de cadres et pourcentage d'ouvriers (cad-ouv) ;
- La variation du rapport entre pourcentage de cadres et pourcentage d'ouvriers (cad-ouv2) ;
- Le taux de création d'entreprises en général en (T-2) (txcrea_1998)

Tableau III.9 Ajustements économétriques de la création d'entreprises culturelles (Années 2000 et 2001)

VARIABLE/SECTEUR	Général	Arts visuels	Spectacle vivant	Audiovisuel
Densité	0,078***	0,078***	0,080***	0,079***
Densité2	-0,001***	-0,001***	-0,001***	-0,001***
Dip1	0,060**	0,062**	0,088**	0,082***
% moins 20 ans	-3,419**	-3,303***	-5,069***	-2,978***
% moins 20 ans2	0,058***	0,057***	0,087***	0,048**
Tx polarisation	-0,898***	-0,752***	-0,913***	-0,813***
Cadr_ouv	0,043***	0,050***	0,046***	0,039***
Cadr_ouv2	-0,000***	-0,000***	-0,000***	-0,000***
Tx création	0,578***	0,443***	0,338***	0,751***
_cons	44,380***	41,634***	66,595***	35,531***
N	25,000	25,000	21,000	24,000
r2_a	0,902	0,873	0,800	0,908
aic	35,196	39,298	34,137	39,141
bic	46,166	50,268	43,538	49,743

Légende : Si une étoile : p (ou probabilité d'erreur) < 0,1% ; Si deux étoiles : 0,1% < p < 1% ; Si trois étoiles : 1% < p < 5%

Le tableau III.10 donne le même ajustement mais en intégrant cette fois-ci le revenu fiscal moyen (rfiscm). Comme cette variable n'était pas disponible en 2000, les taux de création sont ici ajustés pour l'année 2002.

Tableau III. 10

VARIABLE/SECTEUR	Général	Arts visuels	Spectacle vivant	Audiovisuel	Edition
Densité	0,069***	0,078***	0,041***	0,073***	0,107**
Densité2	-0,001***	-0,001***	-0,001***	-0,001***	0,002**
Rfiscmoyen	-0,016***	-0,022***	-0,019**	-0,014**	-0,006
Dip1	0,060**	0,062**	0,088**	0,082***	
% moins 20 ans	-0,306***	-0,387***	-0,293***	-0,345**	-0,258*
% moins 20 ans2	0,058***	0,057***	0,087***	0,048**	
Tx polarisation	-0,898***	-0,752***	-0,913***	-0,813***	
Cadr_ouv	0,040***	0,045***	0,023*	0,008***	0,048***
Cadr_ouv2	0,000***	0,000***	0,000***	0,000***	0,000***
Tx création	0,441***	0,439***	0,494***	0,556***	0,250*
_cons	9,117***	10,974***	6,710***	8,218***	5,053
N	25,000	25,000	21,000	25,000	22,000
r2_a	0,887	0,848	0,603	0,788	0,847
aic	37,777	49,054	53,935	58,065	44,612
bic	47,528	58,805	62,291	66,597	53,340

Légende : Si une étoile : p (ou probabilité d'erreur) < 0,1% ; Si deux étoiles : 0,1% < p < 1% ; Si trois étoiles : 1% < p < 5%

Toutes les variables sont en logarithme

Densité : densité de la population par Km2

Densité 2 : Variation de la densité de population

Diplôme 6 : Pourcentage de jeunes ayant atteint la fin de l'université

% de moins de vingt ans : Pourcentage de la population du bassin d'emploi concerné d'âge inférieur à 20 ans

% de moins de vingt ans 2 : Variation du pourcentage de la population du bassin d'emploi concerné d'âge inférieur à 20 ans

Taux de polarisation rapport entre la population de ceux qui viennent travailler dans la zone et ceux qui résident dans la zone vont travailler en dehors de la zone

Cadr_ouv : Rapport entre le pourcentage des cadres et le pourcentage des ouvriers dans la population concernée

Cadr_ouv2 : Variation du rapport entre le pourcentage des cadres et le pourcentage des ouvriers dans la population concernée

Les nouveaux ajustements appellent les commentaires suivants sur le rôle des différentes variables explicatives :

- La densité : Plus la densité est importante, plus le nombre de créations d'entreprises culturelles est élevé. Ainsi, 100 habitants de plus au mètre carré contribueraient à accroître le nombre de créations de 7% en moyenne. Cependant, le rendement de la densité est décroissant. Ainsi le passage de 300 à 400 habitants de plus au mètre carré ne contribue à augmenter le nombre de créations que de 6,4%. Ces deux résultats sont conformes à ce qui est généralement attendu.

- Le pourcentage de moins de 20 ans : Plus le pourcentage de moins de 20 ans dans la population est grand moins le nombre de créations est fort. En moyenne, 1 point de pourcentage des moins de 20 ans de plus contribue à diminuer le nombre de créations de 12% (7% pour les arts, 14% pour le spectacle vivant et 25% pour l'audiovisuel). Cependant, l'effet négatif s'atténue légèrement au fur et à mesure que le % de moins de 20 ans augmente. Ce résultat est nettement plus inattendu que le précédent. Il revient à dire que la jeunesse joue de manière négative sur le développement des entreprises culturelles. Concernant les secteurs industriels de la culture, ce n'est pas inattendu dans la mesure où le pourcentage de jeunes n'a aucune raison d'agir sur la création d'entreprises culturelles surtout si celles ci ont besoin de

main d'œuvre très qualifiée, ce qu'une population de moins de vingt ans ne peut évidemment pas offrir dans l'immédiat. Par contre, ce résultat est nettement plus important en ce qui concerne le spectacle vivant et même les arts plastiques. Il signifie en gros que les jeunes ne sont pas « aussi » intéressés que l'on pourrait le penser à ces types d'activités culturelles, sans doute parce que leur apprentissage des pratiques culturelles passe-t-il en grande partie désormais par le web. Cela explique d'ailleurs pourquoi dans les communes où cette proportion de jeunes est élevée, les mairies n'agissent pas systématiquement en faveur du spectacle vivant.

- Le pourcentage de non diplômés : Plus le pourcentage de non diplômés est fort, plus le nombre de créations est fort ! En moyenne, 1 point de pourcentage des non diplômés de plus contribue à accroître le nombre de créations de 5% (7% pour le spectacle vivant et l'audiovisuel). C'est là un résultat assez inexplicable et d'ailleurs en contradiction avec le précédent. On notera cependant que la fiabilité statistique de ce résultat n'est pas aussi forte que celle du résultat précédent, sauf pour le secteur audiovisuel.

- Le rapport : part des cadres / part des ouvriers (*100) : Plus la part des cadres relativement à la part des ouvriers est grande, plus le nombre de créations est fort. En moyenne, 1 point de pourcentage du rapport de plus contribue à accroître le nombre de créations de 4% (4,5% pour les arts et seulement 1,7% pour l'audiovisuel). Le résultat de l'analyse « endogène » est donc conforté bien que les élasticités soient ici moins fortes mais tout aussi nettes et significatives. Ce résultat est « majeur » dans la mesure où c'est la variable explicative qui détient le pouvoir d'interprétation le plus fort.

- Le taux de création global : 1% de création d'entreprises en plus l'an passé contribue à accroître le nombre de créations d'entreprises culturelles de 0,5% (pas significatif pour le spectacle vivant mais très significatif pour l'édition (+0.66%) et l'audiovisuel (+0.72%). Ce résultat qui n'existait pas par définition dans l'analyse précédente montre donc qu'une part non négligeable de la création d'entreprises culturelles suit la création d'entreprises en général. Mais si cela est vrai pour les secteurs des industries culturelles –essentiellement ici pour l'audiovisuel, l'édition restant à part mais moins significative compte tenu du nombre d'entreprises - ce ne l'est pas pour le spectacle vivant et même pour les arts plastiques. Cette séparation est très importante dans la mesure où elle souligne le caractère « volontariste » des créations dans les arts plastiques et le spectacle vivant.

- Le revenu fiscal médian (*100) : Plus il est élevé, plus le nombre de créations d'entreprises culturelles est faible. 100 euros de revenu médian en plus contribue à diminuer le nombre de créations de 1,6% en moyenne (2,2% pour les arts mais non significatif pour l'audiovisuel). Ce résultat paraît a priori paradoxal, mais il doit être rapproché du rôle majeur de la variable « part des cadres / part des ouvriers ». Cela montre que ce qui est déterminant dans la consommation culturelle, c'est le statut social et non pas le niveau de revenu, ce qui rejoint les conclusions séminales de Bourdieu.

A ce stade on constate donc trois choses :

- Les résultats ne changent pas de manière radicale par rapport au modèle endogène : sans doute l'intégration des taux de création d'entreprises réduit-il logiquement le pouvoir explicatif des autres variables mais elle ne le supprime pas et n'en change pas le sens.

- Les secteurs traditionnels de la culture témoignent d'une plus grande autonomie par rapport à la conjoncture que celui des industries culturelles, aussi bien d'ailleurs dans un sens positif que négatif (l'amélioration de la conjoncture ne signifie pas nécessairement l'amélioration du spectacle vivant.)

- Les conclusions de l'analyse endogène sont donc plutôt confirmées, notamment l'importance de la dimension sociologique dans l'explication des inégalités de création culturelle.

- *Les décalages entre résultats prévus et résultats constatés (Document A6)*

Dans le cadre de ce modèle exogène – qui se distingue donc du modèle endogène par l'introduction d'une variable création- on cherche à vérifier si les résultats effectifs des différentes zones d'emploi correspondent à ce que l'on peut attendre de leurs performances prévisibles selon les modèles d'ajustement.

On a donc pour chacun d'eux estimé le flux de créations d'entreprises que la zone devrait avoir conformément au modèle ajusté. On peut alors comparer la grandeur contingente ou hypothétique à la grandeur réelle correspondante. Dans certaines zones on va constater que les grandeurs réalisées sont supérieures aux grandeurs attendues et inversement dans les autres. Il y a donc d'une certaine manière des gagnants et des perdants et l'enjeu est de savoir si l'on peut expliquer ici les caractéristiques qui pousseront une zone à être gagnante ou perdante.

Comme il s'agit de voir les différences introduites par la prise en considération des données macroéconomiques, on présentera les résultats de manière différente de celles du chapitre précédent.

Donnons trois exemples de ce traitement par zone :

Tableau III. 11.. Le cas de la zone d'emploi de Boulogne

Boulogne	DIFFERENCE MODELE ENDOGENE	DIFFERENCE MODELE EXOGENE
Création en général	+15 %	-0,02%
---Création - Arts	+ 18 %	- 9%
---Créations - Spectacle vivant	+ 7%	-4%
---Créations - Editions	+ 46%	+10%
---Créations - Audiovisuel	+ 25%	-3,3%

Les résultats sont ici très différents, et la prise en considération de la conjoncture dissout le dynamisme culturel que l'on prouvait prêter à Boulogne et a fortiori ses performances. On observera en particulier la régression dynamique des secteurs traditionnels dont la chute relative est nette. Par contre les industries culturelles semblent mieux obéir à l'influence de la conjoncture. Ces résultats annonceraient que la croissance des secteurs des arts plastiques et du spectacle vivant serait indépendante de la conjoncture économique alors qu'il n'en va pas du tout de même des secteurs des industries culturelles. Mais encore convient-il de savoir si ce résultat est lié ou non à la proximité géographique de Paris (ce que la variable densité intègre mais en partie seulement.)

Tableau III. 12. Le cas de la zone d'emploi de Meaux

Meaux	DIFFERENCE MODELE ENDOGENE	DIFFERENCE MODELE ENDOGENE
Création en général	+ 60%	- 8,78%
---Création - Arts	+ 66%	- 32,78%
---Créations - Spectacle vivant	+ 200%	- 41,70%
---Créations - Editions	+100%	- 51,87%
---Créations - Audiovisuel	0%	- 20%

On assiste ici à un amortissement général et même à des inversions des différences entre l'observé et le prévu, ce qui témoigne du rôle des taux de création. Alors que le modèle endogène débouche sur la mise en évidence d'un grand volontarisme culturel, le modèle dit exogène débouche à l'inverse sur la relativisation d'un tel volontarisme. Seul l'audiovisuel échappe à ces fortes variations, le spectacle vivant étant le secteur qui présente les plus fortes variations. Il montre ici qu'il obéit très mal à la prise en considération des taux de créations d'entreprises culturelles.

Tableau III. 13. Le cas de la zone d'emploi d'Orsay

Orsay	DIFFERENCE MODELE ENDOGENE	DIFFERENCE MODELE EXOGENE
Création en général	- 27,77%	- 14,67%
---Création - Arts	- 25%	- 4,77%
---Créations - Spectacle vivant	0%	- 20,32%
---Créations - Editions	- 25%	- 53%
---Créations - Audiovisuel	- 25%	- 14,3%

Bien que le modèle exogène révèle de manière agrégée un pouvoir explicatif supérieur à celui du modèle endogène, il n'inverse guère le diagnostic déjà fait dans un premier temps selon lequel les dynamiques culturelles sont faibles dans cette zone. Bien au contraire on y trouve la confirmation de la faiblesse des dynamiques culturelles, dont l'exemple du spectacle vivant est révélateur : malgré l'effet conjoncturel les résultats sont encore ici plus décevants.

III. 3 La comparaison entre approche endogène et approche exogène

L'approche générale

Pour synthétiser les résultats et offrir ainsi un diagnostic aux décideurs des politiques culturelles de la région, on partira des deux grands critères qui se dégagent de l'analyse :

- La prise en considération de la variable création des entreprises en général permet-elle ou non d'améliorer le potentiel de prévision ? Pour répondre à cette question il suffit a priori de constater si les valeurs absolues des écarts entre effectif et attendu se réduisent en passant du modèle endogène au modèle exogène. Normalement ce devrait être le cas, mais, comme on le verra, ça ne l'est pas toujours, ou ça ne l'est pas de la même manière pour toutes les zones, ce qui doit nous conduire à enrichir l'explication.

Tableau III.14. Les résultats de l'introduction de la variable création

Zone	Variation d'écart en VA	Changement de signe	De - vers +	:De + vers -
Boulogne	Réduit	Non		
Cergy	Augmenté-	Oui		Oui
Coulommiers	Augmenté	Non		
Créteil	Réduit	Non		
Dourdan	Augmenté	Non		
Etampes	Réduit	Non		
Evry	Augmenté	Non		
Fontainebleau	Réduit	Non		
Lagny	Augmenté	Non		
Mantes	Réduit	Non		
Meaux	Réduit	Oui		Oui
Melun	Réduit	Non		
Montereau	Identique	Non		-
Montreuil	Réduit	Non		
Les Mureaux	Réduit	Non		-
Nanterre	Réduit	Non		-
Nemours	Réduit	Non		
Orly	Réduit	Non	Oui	-
Orsay	Réduit	Non		-
Poissy	Augmenté	Non		
Provins	Augmenté	Non		
Roissy	Augmenté	=		
St Denis	Réduit	Non		
Versailles	Réduit	Non		
Vitry	Réduit	Non		

- Que se passe-t-il lorsque le signe de l'écart change, quand on passe du modèle endogène au modèle exogène ou inversement ?

-- Lorsqu'une surestimation du modèle endogène donne lieu à une sous estimation du modèle exogène (de - vers +), cela signifie normalement qu'un « dynamisme culturel fort » tend à l'emporter sur les données conjoncturelles.

-- Lorsqu'une sous estimation du modèle endogène donne lieu à une surestimation du modèle exogène (de + vers -), cela signifie que le dynamisme culturel propre à la zone s'émousse face à l'influence conjoncturelle.

Un certain nombre de conclusions s'imposent ici :

- Le modèle exogène améliore la prévision en réduisant l'écart entre constaté et prévisible par rapport au modèle endogène ;

- Cette amélioration est d'autant plus forte que l'on est au cœur de la région. Les zones proches de Paris voient donc leur économie culturelle être plus sensible à la conjoncture que les autres.

- Plus on s'éloigne du cœur, moins cette amélioration est forte, et dans certains cas elle diminue. Cela signifie donc que les facteurs qui pèsent sur le développement culturel de ces zones sont très forts, et que leur économie culturelle ne bénéficie pas d'une amélioration de la situation économique.

L'effet de stimulant pour l'économie culturelle que l'on devrait pouvoir attendre de la création d'entreprises ne joue qu'au centre ou au voisinage du centre, et s'estompe peu à peu, voire s'inverse. Dans certaines zones périphériques, le dynamisme culturel est tellement faible que même l'apparition de stimulants comme l'introduction de nouvelles activités ne peut pas corriger les choses, bien au contraire.

Un autre élément doit être pris en considération. Dans certaines zones proches de Paris – dont Roissy reste le meilleur exemple – l’ajustement se dérègle complètement. La création soutenue d’entreprises se retourne contre le développement des activités culturelles. Cela peut être dû à un biais dans l’apparition des entreprises qui présentent des caractéristiques défavorables aux activités culturelles (probablement parce qu’elles attirent un emploi extérieur et non résident, ou parce que cet emploi est assez peu qualifié « socialement ».)

De manière générale, les changements de signes restent assez limités. Mais il est intéressant de constater qu’ils concernent surtout des zones périphériques de la région, ce qui souligne ici le rôle stratégique du dynamisme culturel, comme l’impossibilité pour les données conjoncturelles de corriger ici les choses.

Le secteur des arts visuels

Par rapport à l’analyse d’ensemble de l’économie culturelle, le potentiel explicatif du modèle exogène apparaît ici nettement moins marqué. Sur les 25 zones, et compte tenu de ce que l’explication reste pratiquement inchangée pour la zone de Vitry, il existe autant de zones pour lequel le modèle exogène explique mieux la création d’entreprises en arts visuels que de zones pour lesquelles le modèle exogène l’explique moins bien. Cela voudrait donc dire a priori que la conjoncture joue un rôle assez faible pour la création d’entreprises dans le secteur des arts visuels.

En outre on retrouve assez nettement la différence déjà signalée plus haut mais cette fois-ci avec des exceptions plus nombreuses : le modèle exogène est plus explicatif lorsque l’on se rapproche de Paris que lorsque l’on s’en éloigne.

On trouve également un nombre significatif de changements de signes qui témoignent donc de ce que le dynamisme culturel s’émousse (Cergy, Lagny, Meaux, Nemours, Provins, Roissy) alors que dans d’autres cas le dynamisme culturel tend à dominer les données conjoncturelles (Etampes, Fontainebleau, Les Mureaux, Orly.

Tableau III.15. Le secteur des arts visuels

Zone	Variation d'écart en VA	Changement de signes	De - vers +	De + vers -
Boulogne	Réduite	Non		
Cergy	Augmentée-	Oui		Oui
Coulommiers	Réduction	Non		
Créteil	Réduction	Non		
Dourdan	Augmentation	Non		
Etampes	Réduction	Oui	Oui	
Evry	Augmentation	Non		
Fontainebleau	Augmentation	Oui	Oui	
Lagny	Réduction	Non		Oui
Mantes	Réduction	Non		
Meaux	Réduction	Oui		Oui
Melun	Augmentation	Non		
Montereau	Réduction	Oui	Oui	-
Montreuil	Augmentation	Non		
Les Mureaux	Augmentation	Oui	Oui	-
Nanterre	Augmentation	Non		-
Nemours	Réduction	Oui		Oui
Orly	Réduction	Non	Oui	-
Orsay	Réduction	Non		-
Poissy	Augmentation	Non		
Provins	Augmentation	Oui		Oui
Roissy	Augmentation	Oui		Oui
St Denis	Réduction	Non		

Versailles	Augmentation	Non		
Vitry	Idem	Non		

Le secteur du spectacle vivant

Ici, le pouvoir du modèle exogène est encore plus réduit que dans le cas précédent puisque sur les 24 zones témoignant d'un changement de pouvoir explicatif, 13 zones témoignent de ce que le modèle exogène est moins explicatif que le modèle endogène. En outre, on retrouve avec quelques exceptions la dominante déjà constatée : plus on est près de Paris, meilleur est le pouvoir explicatif du modèle exogène.

Cette distribution géographique des résultats ne se retrouve pas aussi nettement du côté des changements de signes. Un certain nombre de zones témoignent d'un émoussement de leur dynamique culturelle (Cergy, Melun, St Denis) alors que dans d'autres zones on assiste au contraire à un fort dynamisme culturel (Fontainebleau, Mantes, Montreuil, Nanterre).

En combinant ces deux résultats, on constate pourtant que le spectacle vivant reste logiquement plus dynamique aux abords de Paris que lorsque l'on s'en éloigne, mais que cela ne s'explique guère ici par un effet conjoncturel. Sans doute le réservoir que constitue le public parisien (c'est la seule zone où les jeunes relèvent nettement les indicateurs culturels) constitue-t-il ici l'explication la plus pertinente.

Tableau III. 16 Le secteur du spectacle vivant

Zone	Variation de l'écart en VA	Changement de signe	De - à +	De + à -
Boulogne	Réduction	Non		
Cergy	Augmentation-	Oui		oui
Coulommiers	Réduction	Non		
Créteil	Réduction	Non		
Dourdan	Augmentation-	Non		
Etampes	Réduction	Non		
Evry	Augmentation-	Non		
Fontainebleau	Réduite	Oui	Oui	
Lagny	Augmentation-	Non		
Mantes	Réduction	Oui	Oui	
Meaux	Réduction	Oui		Oui
Melun	Réduction	Non		
Montereau	Augmentation-	Non		-
Montreuil	Augmentation-	Oui	Oui	
Les Mureaux	Identique	Non		-
Nanterre	Réduction	Oui	Oui	-
Nemours	Augmentation-	Non		
Orly	Augmentation-	Non		-
Orsay	Augmentation-	Non		-
Poissy	Augmentation-	Non		
Provins	Augmentation-	Non		
Roissy	Augmentation-	Non		
St Denis	Réduction	Oui		Oui
Versailles	Réduction	Non		
Vitry	Augmentation-	Non		

Le secteur de l'édition

Les choses sont ici plus nettes. Sur les 25 zones, 3 ne présentent pas de changement significatif. Sur les 22 zones restantes, le modèle exogène en explique mieux 13 mais moins bien 9 d'entre elles. En outre, on constate cette fois-ci une régularité géographique assez remarquable (à l'exception de Vitry) : le modèle exogène est d'autant plus significatif que l'on est proche de Paris, et d'autant moins que l'on s'écarte de Paris. Les changements de signes ne permettent guère de déboucher sur une interprétation significative. Cela renforce l'interprétation de ce secteur culturel comme industrie puisque particulièrement sensible à la conjoncture. Mais cela n'explique pas nécessairement la concentration des industries du livre près de Paris. Une explication associant les réserves foncières à la proximité des centres de décision que constituent les maisons d'édition parisiennes est plus convaincante ici.

Tableau III. 17 Le secteur de l'édition

Zone	Variation de l'écart en VA	Changement de signe	De - à +	De + à -
Boulogne	Réduction	Non		
Cergy	Augmentation-	Oui	Oui	
Coulommiers	Réduction	Non		
Créteil	Réduction	Non		
Dourdan	Identique	Non		
Etampes	Réduction	Non		
Evry	Augmentation	Non		
Fontainebleau	Augmentation	Non		
Lagny	Réduction	Non		
Mantes	Réduction	Oui		Oui
Meaux	Réduction	Oui		Oui
Melun	Augmentation	Non		
Montereau	Augmentation	Non		-
Montreuil	Réduction	Non		
Les Mureaux	Réduction	Oui	Oui	-
Nanterre	Réduction	Non		-
Nemours	Réduction	Non		
Orly	Réduction	Non		-
Orsay	Augmentation	Non		-
Poissy	Augmentation	Oui		Oui
Provins	Identique	Non		
Roissy	Identique	=		
St Denis	Réduction	Oui		Oui
Versailles	Augmentation	Non		
Vitry	Augmentation	Non		

Le secteur de l'audiovisuel

Le secteur de l'audiovisuel est le plus sensible aux données macroéconomiques puisque sur 23 des 25 zones offrant ici un résultat significatif, le modèle exogène explique le comportement de 14 des zones, contre 8 pour le modèle endogène. En outre, on retrouve de manière parfaite ici le constat déjà dressé plusieurs fois: les zones limitrophes de Paris présentent une grande sensibilité à la variable conjoncturelle, alors que les zones se situant à la périphérie de la Région distendent ou même inversent ce lien.

Tableau III. 18 Le secteur de l'audiovisuel

Zone	Variation de l'écart en VA	Changement de signe	De - à +	De + à -
Boulogne	Réduction	Oui		Oui
Cergy	Augmentation-	Oui	Oui	
Coulommiers	Réduction	Non		
Créteil	Réduction	Non		
Dourdan	Réduction	Non		
Etampes	Augmentation	Oui	Oui	
Evry	Augmentation	Non		
Fontainebleau	Augmentation	Non		
Lagny	Réduction	Non		
Mantes	Augmentation	Non		
Meaux	Réduction	Oui		Oui
Melun	Augmentation	Non		
Montereau	Identique	Non		-
Montreuil	Réduction	Oui		Oui
Les Mureaux	Augmentation	Non		-
Nanterre	Réduction	Non		-
Nemours	Réduction	Oui		Oui
Orly	Réduction	Oui	Oui	-
Orsay	Réduction	Non		-
Poissy	Augmentation	Non		
Provins	Réduction	Non		
Roissy	Identique	Non		
St Denis	Réduction	Oui		Oui
Versailles	Réduction	Non		
Vitry	Réduction	Oui	Oui	

Là encore par contre, les zones offrant des changements de signes ne présentent pas une régularité systématique, encore que l'on puisse dire ici que les zones où le dynamisme conjoncturel s'émousse le plus facilement (signe allant de + à -) sont les zones situées dans la périphérie parisienne (Trois sur quatre : Boulogne, Montreuil et Saint Denis), alors que les zones traduisant ici une forte dynamique culturelle susceptible d'inverser l'effet macroéconomique sont plutôt éloignées de Paris (Trois sur quatre : Orly, Etampes et Cergy)

En résumé, on peut donc dire que la conjoncture exerce un effet favorable près de Paris mais moins bien lorsque l'on s'en éloigne. Cela signifie que le rôle du volontarisme culturel est déterminant lorsque l'on s'éloigne de Paris, mais cela ne signifie pas nécessairement aussi que le succès des zones proches de Paris ou inversement le peu de réussite des zones éloignées de Paris ne s'explique que par la seule conjoncture. Encore convient-il ici d'entrer dans une analyse plus qualitative des comportements.

IV. La prédominance de comportements déséquilibrés

Peut-on éclairer les éléments statistiques témoignant d'une extrême sensibilité de l'économie culturelle à la fois à la densité de population, à la proximité de Paris et à la composition sociologique ? Même si l'économie culturelle peut ici être subdivisée en secteurs plutôt traditionnels – où la culture est produite et consommée sur place – et secteurs plutôt industriels – où les biens culturels sont produits sur le territoire mais consommés à distance – ces éléments restent omniprésents. Sans doute dans le premier cas les facteurs traditionnels de l'inégalité des consommations culturelles prédominent-ils, et dans le second cas c'est un type donné du marché de l'emploi culturel (métropolitain et qualifié) qui prédomine. Mais dans un cas comme dans l'autre, les trois variables précitées semblent jouer à fond.

IV.1- Données statistiques et volontarisme culturel

Il convient toutefois de rester assez prudent dans l'interprétation de telles données comme des ajustements correspondants. Comme on l'a signalé, un volontarisme culturel peut moduler ou même dans certains cas inverser les conclusions que l'on pourrait retirer de manière automatique de certaines données économiques, comme l'ont justement montré les comparaisons entre prévu et constaté.

Histoire de deux zones : Fontainebleau et Montereau

Pour mieux témoigner de ces influences complexes du volontarisme culturel, considérons le cas de deux zones d'emploi contigües, Fontainebleau et Montereau (V. Documents A4 & B2.).

Les situations démographiques et économiques sont sensiblement différentes : même si la ville de Montereau est plus peuplée que celle de Fontainebleau, la population correspondant à sa zone d'emploi est près de la moitié plus faible, avec une densité également beaucoup plus faible. D'un point de vue économique, la zone de Fontainebleau apparaît comme prospère tandis que celle de Montereau fait partie des quatre zones (sur 24) en recul. Le taux de chômage de Montereau est supérieur à celui de la Seine et Marne. Une grande partie des emplois restent dans le secteur industriel, et il y a notamment une population ouvrière importante, alors que Fontainebleau est tournée vers le tertiaire, avec par ailleurs des emplois plus qualifiés (cadres). Par ailleurs, il faut souligner que la ville de Montereau elle-même est une ville coupée en deux (au sens géographique puisque la Seine traverse la ville) la plus grande partie de sa population (environ 13 000 habitants) étant regroupée dans la partie haute, créée dans les années 60, et faisant surtout office de cité-dortoir, alors que la partie basse, le cœur historique de la ville et la partie la plus dynamique, rassemble environ 5000 habitants. En outre, le profil sociologique de ces deux zones d'emploi (du moins des deux villes centre) est totalement différent : une population ouvrière à Montereau, avec une immigration d'origine turque, marocaine et portugaise importante ; une population bourgeoise, aisée, cultivée à Fontainebleau, avec la présence encore d'une vieille noblesse.

L'équipe municipale actuelle de Montereau commence son 3^{ème} mandat et gère donc les affaires communales depuis 1995. Son objectif est de faire disparaître la

mauvaise image de la ville, et d'offrir une culture accessible à tous. L'équipe municipale actuelle de Fontainebleau gère la ville depuis 2 ans et demi. Il ne s'agit pas ici de susciter un intérêt pour la culture, mais de répondre à des attentes fortes de la part d'une population traditionnellement cultivée, et d'exercer un véritable rayonnement vers le sud de la Seine et Marne, Fontainebleau devant jouer le rôle de la ville phare au sein d'une communauté de communes (notamment avec la ville voisine d'Avon). Il s'agit de valoriser un potentiel artistique déjà existant.

Enfin, les résultats de l'analyse statistique ont montré que la zone d'emploi de Fontainebleau se caractérisait par un niveau de concentration très élevé dans le secteur du spectacle vivant, aussi bien en termes d'emplois que d'établissements. En revanche, la zone d'emploi de Montereau est l'une des plus faiblement dotée en activités culturelles.

Par rapport à ce constat, quelles sont les politiques culturelles de ces deux municipalités ?

Selon les chiffres obtenus, non directement comparables, la ville de Montereau a un budget de fonctionnement pour la culture qui s'élève à environ 3 millions d'euros sur un total de 32,2 millions d'euros soit 9,39% du budget total de fonctionnement et un budget d'investissement d'un peu plus de 1 million d'euros pour un total de 22,5 millions d'euros soit 4,97% du budget total d'investissement. Ces chiffres sont proches de la moyenne (légèrement inférieurs) des dépenses culturelles des villes de plus de 10.000 habitants, à savoir un peu plus de 10% du budget global de fonctionnement et 6% des crédits d'investissement. Ces dépenses sont relativement concentrées puisque les deux secteurs « animation culturelle » et « Ecole de musique » regroupent à eux seuls 71% des dépenses de fonctionnement pour la culture. Concernant Fontainebleau, les chiffres partiels montrent un poids plus fort de la culture dans le budget municipal, puisque la répartition des charges générales et des frais de personnel par secteur indique 2,4 millions d'euros pour la culture sur un total ville de 15,3 millions d'euros, soit 15,6%. En termes d'effort culturel, si l'on assimile budget de fonctionnement et « charges générales – frais de personnel », on constate ainsi que celui-ci est plus élevé à Fontainebleau qu'à Montereau, ce qui serait en lien avec les résultats de notre étude en termes d'activités culturelles. Cependant l'examen des différentes actions dans les deux communes montre une véritable dynamique pour la culture à Montereau.

Pour schématiser, on pourrait dire que Fontainebleau est une ville « naturellement » tournée vers la culture, avec l'existence d'un patrimoine architectural (en grande partie sous la tutelle de l'Etat, château et musée des prisons) et d'une population qui de par sa composition sociologique exprime de forts besoins en termes culturels. La municipalité aurait « à répondre » à cette demande d'une population âgée et familiale en fournissant un choix suffisant de spectacles vivants et d'enseignements artistiques. Montereau est une ville plutôt ouvrière, avec une immigration relativement importante, et il faut davantage susciter un intérêt pour la culture pour donner une meilleure image à la ville, offrir des loisirs à la population. La politique culturelle vise ainsi à amener les arts dans la rue, faire en sorte que la population s'approprie la culture, et qu'une dynamique commerciale puisse s'enclencher. Ainsi la politique tarifaire par exemple n'est pas du tout la même à Montereau qu'à Fontainebleau, les prix de Fontainebleau étant relativement alignés sur les prix parisiens, alors que ceux de Montereau sont étudiés pour pouvoir attirer une population traditionnellement peu concernée par la culture.

L'analyse des actions entreprises montre que Montereau a donné une place croissante au spectacle vivant : les journées « Napoléon » en 1996, le festival de musique « Confluences », depuis 1997, l'appui à deux troupes de théâtre locales. Au-delà de la

programmation, la ville a également un projet pour 2009 : avoir les Tréteaux de France en résidence à Montereau, lieu unique se substituant à Dreux (partie technique) et Paris (partie administrative), avec la volonté commune d'avoir à Montereau un lieu de travail. En termes d'investissement, la ville a le projet d'ouvrir une salle de spectacles de 800 places.

La démocratisation de la culture étant un objectif prioritaire, l'enseignement musical fait partie des actions entreprises par la municipalité. Ainsi, pour permettre à tous les enfants d'accéder à la musique, la ville va proposer à partir de septembre 2008, aux enfants de 6 à 8 ans, de suivre un cours de 45 minutes de formation musicale par semaine et une heure de cours d'initiation à la pratique instrumentale (soit un choix de 8 instruments sur l'année), pour un coût de 2 euros par mois. Les instruments et partitions sont fournis par la municipalité. Un nouveau conservatoire municipal de musique a été inauguré en septembre 2007, qui accueille 550 élèves et 34 professeurs. Il dispose d'un auditorium, et offre 2 studios d'enregistrement pour les musiques actuelles. Outre l'apprentissage d'un instrument de musique, les enfants ont la possibilité de participer à la chorale et de suivre des cours d'art dramatique.

Le secteur bibliothèque-médiathèque est l'un des seuls à être présent à la fois dans la partie haute de la ville et la partie basse. Dans la partie basse, la bibliothèque actuelle va être transférée à côté du conservatoire de musique, avec une superficie multipliée par 3 et pourra également assurer les fonctions de médiathèque. Cette bibliothèque s'adresse plutôt aux adultes. Dans la partie haute – la plus déshéritée – existe déjà une médiathèque de 980 m², plutôt à destination des enfants, et qui joue la carte animation. Ainsi sont organisées des lectures de contes et des lectures théâtrales, ainsi qu'un salon du livre de la petite enfance tous les deux ans. A partir de septembre 2008, le projet « Culture pour tous » permettra à tous les habitants de Montereau de partir visiter un site culturel à Paris tous les mercredis (sauf jours fériés et vacances scolaires) pour un euro, ce qui représente 40 000 euros dans le budget de la ville.

La politique en matière d'arts plastiques se veut totalement intégrée à la stratégie urbaine, l'objectif étant de « mettre l'art dans la rue ». Ainsi la ville a développé une politique d'acquisition de statues, et une politique de fresques sur les murs des particuliers. Trois associations de peintres amateurs travaillent sur Montereau, et réalisent une exposition annuelle dans le musée de la faïence.

A Fontainebleau, le théâtre représente un gros budget pour la ville de Fontainebleau, et il convient de distinguer les lieux des compagnies. Le public est principalement un public d'adultes qui vient voir les spectacles parisiens (à succès) en tournée, et qui opte souvent pour le choix de l'abonnement. Les tarifs sont par ailleurs équivalents aux tarifs parisiens, soit entre 30 et 40 euros la place (pour être bien placé). Les amateurs de spectacles plus modernes sont obligés en revanche d'aller sur Paris. Plusieurs compagnies sont localisées à Fontainebleau, certaines ayant leur propre salle comme la compagnie Les Arlequins qui joue au château, ou le théâtre des Sablons (privé subventionné), certaines travaillant plus particulièrement avec les enfants comme les Tréteaux de l'Ane Vert, ou la société ERA avec laquelle la ville a une convention aux termes de laquelle sont organisés des parcours culturels dans les écoles, le principe étant d'amener le jeune public au théâtre. Enfin, la ville accueille une troupe en résidence pour une durée de 3 ans (une seconde troupe fait sa demande actuellement), le cahier des charges imposé étant de travailler avec les écoles.

Le secteur musical est également très présent, souvent en partenariat avec la ville d'Avon très dynamique sur le plan culturel. Concernant la municipalité de Fontainebleau, un projet d'envergure est en suspens, celui du devenir de la convention avec ProQuartet. En effet, ProQuartet bénéficiait d'une convention avec la ville de Fontainebleau (coût

90 000 euros par an), convention qui s'arrête en juin et qui devait se concrétiser par la création du Centre Européen de Musique de Chambre à Fontainebleau. Or, ni le Ministère de la Culture, ni la DRAC ne semblent véritablement soutenir le projet, qui risque d'échouer. Il faut souligner que la population de Fontainebleau ne serait pas particulièrement intéressée par la musique de chambre, et que les représentations de ProQuartet attireraient davantage un public de l'extérieur que de Fontainebleau, les habitants de Fontainebleau privilégiant l'opéra (qui fait salle comble). Par ailleurs, ProQuartet crée essentiellement pour l'Opéra Bastille, et manifestement, il n'y a pas intégration de cette structure dans la ville de Fontainebleau.

La ville dispose d'une école municipale de musique qui accueille environ 250 élèves, une vingtaine de professeurs, qui « coûte cher » à la ville, puisqu'on estime qu'un élève coûte 1800 euros à la ville pour une participation (pour les habitants de Fontainebleau) de 450 euros.

Paradoxalement la ville dispose d'un très riche patrimoine, mais n'en profite pas réellement. En effet, le château appartient à l'Etat, le musée des prisons appartient au Ministère de la Justice. Il est actuellement fermé en raison de sa vétusté, et les collections (uniques) risquent d'être dispersées, la ville étant en négociation avec le Ministère de la Justice pour qu'il cède ce musée pour un euro symbolique. Mais la ville devra alors prendre totalement en charge ce bâtiment. Il reste donc le musée Napoléon, qui a une collection labellisée depuis 2002, mais pour lequel la ville doit trouver un autre lieu d'implantation. En termes de patrimoine écrit, la ville dispose d'une bibliothèque, mais qui « tombe en morceaux », et elle doit trancher entre faire des travaux ou construire ailleurs, l'objectif étant d'avoir une bibliothèque-médiathèque.

Pour les arts plastiques, un des projets de la ville vient de voir le jour, avec l'inauguration le 30 mai 2008 de l'espace Comairas, destiné à être un espace de création et d'exposition pour de jeunes créateurs. La ville joue en quelque sorte le rôle de producteur-diffuseur de cette opération, puisqu'elle récupérera 10% des recettes sur les ventes éventuelles d'œuvres à l'occasion de ces expositions.

En fait, on ne peut parler d'opposition entre les deux villes en termes d'absence ou présence forte de la culture. La politique culturelle est une réalité dans les deux cas, mais elle s'appuie sur deux réalités historiques, patrimoniales et sociologiques très différentes, et met donc en œuvre des stratégies très différentes. La logique patrimoniale est certainement plus forte à Fontainebleau en accord avec la mentalité de la population, la ville de Montereau cherchant davantage à amener l'art dans la rue, et le rendre plus accessible à la grande partie de la population – grande partie cependant de la ville basse – c'est-à-dire le tiers de la population.

Volontarisme dans la gestion d'un équipement donné : le cas des maisons d'écrivain

Si l'on a ici longuement insisté sur le cas de ces deux zones, de telles variations se retrouvent de manière plus ponctuelle face à la gestion d'équipements précis, telles les maisons d'écrivains (Document C8).

La datcha de l'écrivain russe Ivan Tourgueniev, située dans la petite commune de Bougival ne propose pas une offre culturelle vraiment développée. Elle conserve et diffuse au public plusieurs documents sur Tourgueniev et ses contemporains écrivains, russes et français et tente de préserver et de restaurer l'habitat et l'environnement dans lequel le célèbre écrivain a vécu. Elle est gérée par des bénévoles de l'Association des amis d'Ivan Tourgueniev, Pauline Viardot et Maria Malibran et elle n'est ouverte au public

que le dimanche, du printemps à l'automne. Alexandre Zviguilsky (responsable du musée), qui a eu la gentillesse de nous recevoir malgré la triste période que vit « son » musée nous a tout de suite fait part de son inquiétude quant à l'avenir de la maison. En effet, la datcha peine à approcher la centaine de touristes ou de visiteurs à l'année mais, surtout, le site est actuellement menacé par un projet immobilier².

D'autres maisons d'écrivain, au contraire, sont des musées beaucoup plus actifs. Ainsi, le musée Jean-Jacques Rousseau de Montmorency, installé dans la maison rurale du Mont-Louis, occupée par le philosophe entre 1757 et 1762, est ouvert tous les jours, sauf le lundi, de 14h à 18h. Ce musée a reçu 2800 visiteurs en 2007, selon Robert Thiery, responsable de la maison. Ce musée Jean-Jacques Rousseau maintient depuis de nombreuses années une politique d'acquisition audacieuse qui enrichit considérablement la collection exposée pour le public. On ne peut qu'être saisi par les trésors littéraires, scientifiques ou artistiques qui sont réunis dans la maison de Jean-Jacques Rousseau et qui rendent compte de la vie et de l'œuvre de l'auteur du *Contrat Social*. On peut citer, par exemple, le buste en plâtre patiné de Rousseau, réalisé par Houdon à partir du masque mortuaire du philosophe. Ou encore l'herbier confectionné par Rousseau pour la petite Madelon Delessert en 1773 et acheté par le musée en 2001 pour témoigner de la passion du philosophe pour la botanique. Plus récemment encore, le 4 juillet 2007, le célèbre portrait de Jean-Jacques Rousseau réalisé par le pastelliste Maurice Quentin de La Tour a été acquis par le musée pour une somme de 130 000 Euros, c'est-à-dire près de trois fois le budget annuel du musée. Le musée a aussi organisé une trentaine d'expositions temporaires depuis 1978, comme celle intitulée « *La querelle Rousseau-Rameau* » consacrée à la musique et à la théorie musicale du philosophe, afin de proposer au public des nouvelles œuvres concernant le penseur et que le musée ne peut acheter. Durant les années où une exposition est programmée, le musée voit son affluence grimper jusqu'à 10000 visiteurs, selon Robert Thiery.

De plus, à l'inverse du musée Tourgueniev, par exemple, qui se contente de restaurer et d'acquérir du mobilier pour recréer l'atmosphère dans laquelle baignait l'écrivain russe, le musée Jean-Jacques Rousseau essaie de diversifier ses activités culturelles pour viser un public différent du touriste ou du visiteur. Ainsi, la maison des Commères, haute bâtisse rurale du 17^{ième} siècle près du Mont-Louis, abrite aujourd'hui la bibliothèque d'études rousseauistes et les activités éducatives du musée. Toute l'année, étudiants et chercheurs peuvent trouver là l'essentiel de ce qui se publie ou de ce qui se crée autour de l'œuvre de Rousseau. Cette bibliothèque reçoit des chercheurs du monde entier, attirés par la concentration de l'information rousseauiste. Siège culturel du Groupe de recherche « Rousseau » du Centre d'étude de langue et de littérature française du 18^{ième} siècle, rattaché au CNRS, elle est le point d'ancrage des journées organisées à Montmorency autour de l'œuvre. Ces colloques internationaux ont un grand succès à en juger par le nombre et la qualité des chercheurs présents. Cette action intellectuelle de haut niveau menée par la maison Jean-Jacques Rousseau est complétée par la publication de la revue annuelle *Les Etudes* en collaboration avec le CNRS, dont l'objet est d'offrir le panorama le plus complet de la critique rousseauiste actuelle. Ce musée mène également une activité éducative en direction des écoles des communes des alentours. Ainsi, les élèves des classes de primaires de Montmorency abordent-ils plusieurs thèmes sur un cycle qui se déroule en trois ans : ils découvrent la vie quotidienne du 18^{ième} siècle en CE2, la musique baroque en CM1, la peinture et l'architecture de cette même période en CM2.

² Nous reviendrons plus précisément sur les causes et les conséquences de ce projet dans la deuxième partie de l'exposé.

On voit à travers l'exemple de ces deux musées de région parisienne que les maisons d'écrivain ont des politiques différentes. Certaines ne sont ouvertes au public que de façon marginale, comme le musée Tourgueniev, et ne proposent au public que quelques témoignages sur la vie et l'œuvre de l'écrivain. D'autres, au contraire, mènent une politique volontariste pour accueillir un public plus nombreux et plus varié, comme le musée consacré à Rousseau. Mais il n'en reste pas moins que le musée de Montmorency n'accueille pas assez de touristes par rapport au budget que la commune lui accorde chaque année. On peut ainsi estimer que les recettes de billetterie de la maison d'écrivain de Montmorency s'élève, au maximum à 11 200 euros³, ce qui est bien en dessous du budget annuel de 45 000 euros, alloué par la Mairie au musée.

L'arrière plan du volontarisme : le rôle des pesanteurs sociologiques

Ce rôle du volontarisme est évidemment d'autant plus important que le jeu des variables sociologiques continue de jouer à plein au-delà du boulevard périphérique. La variable déterminante « proportion des cadres / proportion des ouvriers » isolée par le modèle économétrique ne perd en rien de son importance.

- Les galeries d'art contemporain (Document C2)

L'implantation de l'art contemporain dans les villes de Montreuil et de Versailles répond à des logiques différentes. C'est pourquoi nous allons ici succinctement présenter les différences et convergences dans la façon dont l'art contemporain vit dans ces villes, mais aussi l'entraînement géographique né de leur situation par rapport à Paris.

Les villes de Montreuil et de Versailles, ont, comme nous l'avons présenté plus haut, une réelle vie de l'art contemporain. Mais celle-ci, est différente. En effet, si à Montreuil la population à haut capital culturel coexiste avec une population pauvre et au capital culturel peu développé, la ville de Versailles connaît un schéma très différent avec une population au sein de laquelle les cadres sont très représentés. Cette différence a un effet sur la façon dont l'art contemporain s'est développé. Car si à Montreuil la proximité immédiate de Paris combinée à la faiblesse des loyers a permis longtemps l'installation d'une population parfois marginale mais dont la capacité créative est élevée, un tel développement n'a pu avoir lieu à Versailles. Ainsi, le développement de la vie de l'art contemporain à Versailles est plutôt le fruit d'une initiative publique ou privée bien dotée en capitaux (culturels ou financiers). Il est ainsi possible de décrire la vie de l'art contemporain à Montreuil comme émergeant du bas (peu de capitaux financiers, esprit d'innovation fort, initiative privée de type associative, la municipalité ne venant apporter son soutien qu'une fois l'action lancée) alors que le modèle versaillais fonctionne plutôt par le haut (action de la municipalité, de l'École Nationale supérieure d'Architecture et du Ministère de la Culture, en soutien de capitaux privés). Par ailleurs, si à Montreuil, l'art contemporain est un secteur représentatif, ce n'est pas le cas à Versailles. Le développement de l'art contemporain est en effet plus limité à Versailles car le capital « culture classique » y est dominant du fait du patrimoine historique et culturel fort lié à la présence du Château et de ses parcs.

Dans les deux cas toutefois, l'on peut affirmer que la dynamique d'implantation des galeries d'art contemporain n'entre pas ou plus dans la logique de Paris dans la mesure où il s'agit de deux villes qui ont une spécificité et une vie artistique affirmée.

³ Le tarif plein est de 4 Euros, c'est sur cette base que le calcul est établi.

L'entraînement géographique par rapport à la capitale n'est donc pas (pour Versailles) ou plus (pour Montreuil) avéré et les implantations de galeries d'art contemporain dans les deux communes s'inscrivent dans des logiques différenciées de celle de la capitale. En outre, en concentrant cette énergie productive et réflexive sous l'égide de l'art contemporain, l'activité culturelle dépasse le cadre classique de la commercialisation souvent attribué aux galeries d'art pour s'inscrire dans un processus d'innovation artistique qui peut être envisagé comme un levier pour le rayonnement territorial, pour le développement économique et pour le partage d'une identité locale et métropolitaine partagée.

A Montreuil, l'ensemble des acteurs privés et publics de l'art contemporain forme un milieu précurseur qui collabore afin de rendre le territoire à la fois attractif pour des implantations nouvelles, mais aussi apte à recevoir les activités naissantes sur son territoire. L'on peut ainsi admettre l'émergence d'un milieu culturel axé sur l'art contemporain porteur de développement pour la ville.

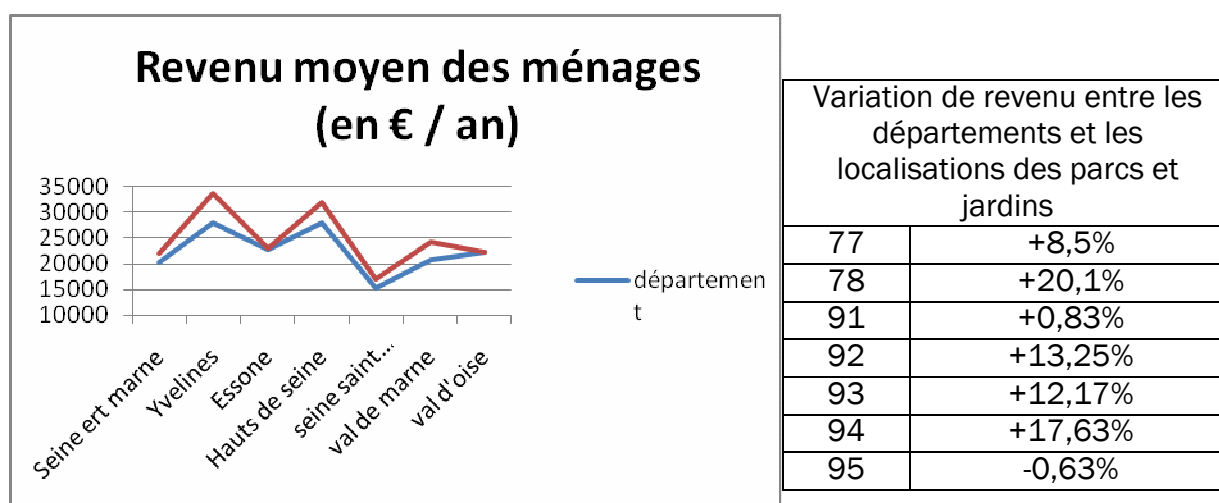
Ce n'est pas le cas à Versailles. Le poids de l'industrie du tourisme centrée sur le patrimoine classique prestigieux de la ville est trop important et assure à la commune un développement qui n'est pas remis en cause. Pour autant, elle ne peut se reposer sur cet acquis qui n'est bien sûr pas suffisant mais la mairie envisage son développement économique via le développement du tertiaire. Depuis 1995, elle fait de l'accueil de nouvelles entreprises une priorité. Elle vise ainsi à devenir un pôle d'affaire majeur de l'ouest parisien. Ces deux axes sont des points majeurs de la politique de la ville. Le développement de l'art contemporain n'est pas spécifiquement mis en avant dans la politique culturelle qui pour autant occupe une place importante. Si l'on peut le regretter au vu des efforts consentis par le centre d'art contemporain et du potentiel dont il est porteur, l'on admet cependant que ce choix s'impose de lui-même. Il ne serait en effet pas bénéfique à la visibilité nationale et internationale de la ville d'axer sa politique culturelle sur l'art contemporain alors même qu'elle jouit d'un potentiel incontestable et reconnu en matière de culture d'art classique. Ce sont donc deux logiques distinctes de l'implantation des galeries d'art contemporain qui caractérisent les villes de Montreuil et de Versailles, que ce soit dans leur rapport à la ville de Paris ou dans leur choix de développement, logiques qui leur confèrent à chacune une spécificité artistique et culturelle reconnue.

- Parcs et jardins protégés (Document C4)

Dans ces collectivités où sont présents les parcs et jardins protégés, le dynamisme de l'emploi est souvent assez faible. On se situe essentiellement dans des lieux résidentiels. Or on remarque que là où se trouvent les parcs et jardins, le revenu des ménages est en moyenne plus important que sur le département (voir graphique ci-dessous).

Hormis le Val d'Oise, les variations positives de revenu vont de 0,83% pour l'Essonne à 20,1% pour les Yvelines. On peut donc imaginer que l'existence de tels sites attire plutôt des ménages aisés comme expliqué dans le paragraphe précédent. On peut aussi imaginer que pour certains lieux, il y a l'existence de foyers aristocratiques où l'on retrouve les « héritiers » de la cour du Roi, notamment dans la région de Versailles, et des anciennes terres du Royaume de France comme l'Hurepoix dans l'Essonne.

Tableaux IV. 1 & 2



IV.2.- La difficulté de percevoir le lien entre culture et économie ? **Design et arts visuels** (Document B3)

Pourquoi l'une des régions les plus riches et qualifiées d'Europe n'arrive-t-elle pas à disséminer les créations culturelles sur la totalité de son territoire et offre-t-elle au contraire le spectacle de fortes concentrations, laissant incontestablement présager des manques à gagner ?

Si l'on veut ici élargir le discours traditionnel sur les facteurs sociologiques ou/et l'éloignement des centres de diffusion de la culture, il semble nécessaire de partir d'une vision élargie du rôle que la culture peut avoir sur les territoires et, en retour, l'appui que l'économie peut apporter aux activités culturelles. Pour le montrer nous considérerons le lien entre arts visuels et design, lequel nous semble illustrer le mieux les promesses ou les échecs de la synergie en question. En effet, les arts visuels sont normalement à la source du développement du design, offrant à ce dernier un laboratoire intense de créativité et de références.

Selon la Présidente de l'APCI (Agence pour la promotion de la création industrielle), les industries créatives sont un des moyens privilégiés pour maintenir la place de nos économies et de nos sociétés dans le marché global... » En particulier, le design, défini comme « une discipline visant à une harmonisation de l'environnement humain, depuis la conception des objets usuels jusqu'à l'urbanisme » permet « d'insérer la démarche créative dans des réalités pratiques et d'envisager dès le départ la production en série. Il propose des solutions au conflit de l'utile et du beau (ou l'original) ». Selon le designer autrichien Thomas Maldonado, le design « vise, à travers une activité créatrice, à déterminer les propriétés formelles des objets que l'on peut produire industriellement. Par propriétés formelles des objets, on ne doit pas entendre seulement les caractéristiques extérieures, mais surtout les relations structurelles qui font d'un objet ou d'un système d'objets une unité cohérente, tant du point de vue du producteur que du consommateur. »

Affirmer cela peut bien entendu déboucher sur un débat complexe, celui de la récupération de logiques artistiques endogènes par des logiques économiques qui leur sont par définition exogènes et qui peuvent donc, selon certains, en stériliser le contenu. C'est là une vision respectable mais étroite et surtout peu pertinente à une époque où au

contraire un nombre croissant d'artistes visuels entrent en contact avec les activités économiques non seulement pour y trouver les ressources financières qu'ils ne peuvent pas toujours mobiliser en restant dans un champ purement artistique mais aussi pour offrir de véritables perspectives de développement de l'activité et de l'emploi. Le fait que l'on parle aujourd'hui de design créatif comme d'une activité justement intermédiaire entre les arts visuels et le design tel qu'entendu au sens traditionnel témoigne de l'importance stratégique de cette interface.

On peut donc poser la question suivante : les arts visuels ont-ils rencontré l'économie dans la région Ile de France ou non ? Si effectivement le design correspond en partie au moins à la répartition des arts visuels, cela signifie qu'une synergie positive entre culture et développement économique se réalise ; sinon, il restera à se demander les raisons pour lesquelles, à l'encontre d'autres métropoles et pays, un tel lien ne s'organise pas en Ile de France.

Cette question est d'ailleurs au cœur de la problématique générale de développement de l'Ile de France, et le Président de la région, Jean-Paul Huchon, a remis un rapport en avril 2008 sur le projet de création d'un centre francilien du design. En effet, selon ce dernier, *« l'Ile de France offre un environnement très favorable à l'essor du design, [grâce à] la forte concentration et la diversité de l'offre sur son territoire (elle compte plus de 60% des designers français et toutes les facettes du design y sont représentées),... du personnel hautement qualifié et une relève assurée par près de 5000 étudiants en design, ... de nombreux salons dédiés à la création dont le rayonnement international grandit d'année en année, ... et enfin un terreau fécond pour la création et l'inventivité, avec les musées et leurs collections, la vie culturelle, les centres de documentation, les centres de soutien, les matériauthèques, les réseaux de conseillers... »*

- Les données

Une étude de l'APCI de 2002 nous permet de présenter la situation générale du design en Ile de France. Ces données résultent d'une enquête réalisée au cours du premier trimestre 2002 par l'APCI et d'un travail de recensement du nombre d'entités qui annoncent une activité en design. Ainsi, l'exercice d'une activité de design (hors centres de design intégré), représenterait 4500 à 4750 entités, représentant 20000 à 25000 personnes dont 11000 à 13000 créatifs. Le panel retenu pour l'étude comprend 240 entités représentant 2562 personnes dont 1069 créatifs, soit environ 10% de la population concernée. C'est une profession à la fois très concentrée et très dispersée, le design produit est l'activité la plus répandue (60% des structures) mais avec un chiffre d'affaires global et un effectif moindres que le design packaging.⁴ ;⁵ Par rapport à ces données générales, précisons que les structures « anciennes (ayant plus de 10 ans d'existence) sont relativement plus nombreuses à Paris qu'en région (la moitié des agences parisiennes pour 35% des agences en région), les agences ayant le statut de SA sont essentiellement en Ile de France (26% en Ile de France contre 5% en province), la région Ile de France regroupe 55% des structures et emploie 73% de l'effectif national.

⁴ Cf APCI : « Le packaging concerne l'emballage et le conditionnement du produit. On lui attribue couramment des fonctions techniques et des fonctions marketing essentielles à la vente du produit... Ces fonctions étroitement liées permettent d'identifier très nettement les spécificités du produit. Le packaging est d'une importance capitale notamment lorsqu'il supporte des marques qu'il va défendre en distribution sélective et en grande distribution. Le packaging est la peau du produit qui utilise et design volume et design graphique et intervient sur tous les aspects sensoriels. », p.16

⁵ Cf APCI, p.12

Tableau IV.3 : Répartition des structures et des effectifs par région en 2001

Régions	Structures		Effectif total		Effectif créatif	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
Ile-de-France	132	55	1860	73	815	76
Province	108	45	702	27	254	24
Total	240	100	2562	100	1069	100

Source : APCI : L'offre de design en France, 2002, p.18

- Le design en Ile de France

Cette analyse se fonde sur le recensement des agences ou designers indépendants réalisé par l'ACPI à partir de leurs fichiers qui ne constituent qu'une partie de la population des designers. En particulier, ce recensement privilégie le « design produit » et ne prend pas en compte le design mode, les stylistes et ce que l'on peut appeler les nouveaux métiers (designers web). A titre indicatif, le Syndicat des Designers Mode et Maison recensait 65 membres à jour de cotisation en 2007. L'étude porte ainsi sur une population de 381 structures, dont 49 agences rassemblant plus de 850 emplois. Il s'agit donc d'un échantillon restreint, mais représentatif car portant prioritairement sur le design créatif, et par ailleurs sur des structures « vivantes ».

Le tableau n° IV.4 souligne la primauté de Paris qui rassemble les deux tiers des structures de design en Ile de France. Deux zones d'emploi hors Paris émergent, Boulogne et Nanterre avec respectivement 10,2 et 10% des structures. Ces deux zones sont limitrophes de Paris et situées toutes deux à l'ouest de la capitale. Loin derrière, la zone de Montreuil rassemble 4,5% des structures, Versailles 2,6%, Saint-Denis 1,8%, Créteil 1,6% et Vitry 1%. Ainsi, les établissements de design en Ile de France sont majoritairement implantés à Paris ou la proche banlieue, notamment la partie nord et est de la capitale (départements 93, 94 et 77). On a donc une concentration très forte, deux-tiers à Paris intra muros, environ 20% dans la proche banlieue ouest, et près de 8% dans la proche banlieue est. En revanche, dès que l'on s'éloigne de Paris, à de rares exceptions près comme Versailles (10 structures), il n'y a quasiment aucune entreprise de design.

Tableau IV.4 : Répartition des structures de design par zones d'emploi en Ile de France

Zones d'emploi	designers	agences	Total	%	gal.musées
Boulogne	36	3	39	10,2	5
Cergy	1		1	0,3	
Coulommiers	0				
Créteil	6		6	1,6	
Dourdan	0				
Etampes	0				
Evry	0				
Fontainebleau	0				1
Lagny	0				1
Les Mureaux	1		1	0,3	
Mantes	2		2	0,5	
Meaux	0				2
Melun	0				2
Montereau	1		1	0,3	
Montreuil	16	1	17	4,5	1
Nanterre	30	8	38	10	3

Nemours	0				3
Orly	0				
Orsay	0	1	1	0,3	
Paris	223	30	253	66,4	74
Poissy	0				1
Provins	0				1
Roissy	0	1	1	0,3	
Saint-Denis	6	1	7	1,8	4
Versailles	7	3	10	2,6	3
Vitry	3	1	4	1	1
Total	332	49	381	100	

Source : D'après les fichiers de l'APCI

NB La colonne 4 représente la part de chaque zone d'emploi dans le total d'entreprises de design de l'Ile de France

Quel est alors l'indice de concentration des entreprises de design (parts relatives des entreprises de design par zones d'emploi sur part relative du nombre d'établissements pour chacune des zones d'emploi.) (cf tableau IV.5)

Tableau IV.5 : Indice de concentration des établissements de design

Boulogne	1,7
Cergy	0,17
Coulommiers	
Créteil	0,31
Dourdan	
Etampes	
Evry	
Fontainebleau	
Lagny-sur-Marne	
Les Mureaux	0,51
Mantes la Jolie	0,7
Meaux	
Melun	
Montereau-Fault-Yonne	1,3
Montreuil	0,74
Nanterre	0,79
Nemours	
Orly	
Orsay	0,37
Paris	1,55
Poissy	
Provins	
Roissy-en-France	0,89
Saint-Denis	0,26
Versailles	0,59
Vitry-sur-Seine	0,53

Source : Tableau n°2 et INSEE : répartition des établissements par zones d'emploi

Indice de concentration des établissements de design : rapport entre la part des établissements de design de la zone dans les établissements de la zone et la part des établissements de design en Ile de France dans les établissements en général en Ile de France

La concentration paraît maximale puisque seules trois zones d'emploi ont un indice supérieur à 1, Paris, Boulogne et Montereau-Fault-Yonne, soit respectivement, 1,55, 1,7 et 1,3. Il convient cependant de relativiser la signification du coefficient de Montereau dans la mesure où les nombres d'établissements et d'entreprises de design y sont très faibles. Ce coefficient ne nous paraît ainsi pas pertinent pour l'analyse.

Même les zones d'emploi de Nanterre et de Montreuil qui figurent parmi les coefficients les plus élevés, ont des coefficients inférieurs à l'unité (respectivement 0,79 et 0,74).

Il semblerait donc que Paris et Boulogne absorbent l'essentiel du secteur du design de l'Île de France, asséchant les possibilités laissées aux autres zones. Seules 4 d'entre elles arrivent à résister avec un coefficient compris entre 0,7 et 0,9 : Roissy (0,89), Nanterre (0,79), Montreuil (0,74) et Mantes (0,70). Si l'on met de côté le cas de Mantes La Jolie, ces zones restent limitrophes de Paris, ou, dans le cas de Roissy, bénéficient de communications privilégiées avec Paris et la proximité des parcs d'exposition, dans lesquels vont pouvoir se tenir différents salons liés au design. Inversement, la quasi-totalité des zones situées à la périphérie de la région Île de France ne bénéficient pas de l'implantation d'entreprises de design.

- Le design dans Paris

Considérons l'implantation des entreprises de design à Paris, en analysant la répartition des structures dans les différents arrondissements de la capitale.(cf tableau IV.6).

Tableau IV.6: Répartition des structures de design entre les arrondissements parisiens

Arrondissement	Nombre	Pourcentage
1	4	1,58
2	11	4,35
3	23	9,1
4	7	2,77
5	6	2,37
6	3	1,18
7	9	3,56
8	5	1,98
9	6	2,37
10	30	11,86
11	49	19,37
12	21	8,3
13	8	3,16
14	6	2,37
15	9	3,56
16	6	2,37
17	10	3,95
18	12	4,74
19	10	3,95
20	18	7,11

Source : D'après les fichiers de l'APCI

Contrairement à la répartition par zones d'emploi, la répartition dans Paris intra muros met au contraire en évidence une prépondérance de l'est parisien, ou plus généralement du nord-est. En effet, 58% des structures se situent plutôt dans le nord-est parisien (10^e, 11^e, 12^e, 18^e, 19^e et 20^e arrondissements), contre 24% dans l'ouest/sud-ouest(7^e, 8^e, 13^e, 14^e, 15^e, 16^e, 17^e,), le centre de Paris regroupant près de 20% des structures..

Il existe ainsi une situation contrastée de part et d'autre du périphérique : une concentration des structures situées à l'est ou au nord, à l'intérieur, et à l'ouest à l'extérieur. L'ouest de la capitale intra-muros reste un quasi désert en termes d'implantations d'entreprises de design. On peut se demander si le prix du foncier ne serait pas une des explications à cette localisation : l'est parisien étant plus abordable est à même d'attirer l'installation de jeunes structures alors que les prix de l'ouest parisien repoussent les entreprises de l'autre côté du périphérique. Ceci expliquerait la forte concentration des entreprises de design dans les zones d'emploi de Nanterre et Boulogne qui sont par ailleurs des zones d'emploi de structures assez proches de la moyenne des zones de la région Ile de France. Si l'on « annexe » les zones d'emploi de Nanterre et Boulogne à Paris intra-muros, on obtient alors un quasi équilibre de l'implantation des entreprises de design entre l'ouest / sud ouest et l'est / Nord-est de la capitale.

- Quelle correspondance entre entreprises culturelles et entreprises de design ?

Pour étudier la qualité de cette correspondance, nous prendrons en considération deux indicateurs :

- la comparaison des parts relatives de chaque zone d'emploi en fonction du nombre d'entreprises de design et du nombre d'entreprises d'art visuel. En effet, il nous paraît plus judicieux de nous limiter à cette catégorie qui est la seule a priori, à pouvoir déboucher sur des activités de design, les frontières entre art contemporain, artisanat d'art et design étant très ténues.
- la comparaison des coefficients de concentration des zones d'emploi en termes d'entreprises de design et en termes d'entreprises d'art visuel.

- Comparaison des parts relatives de chaque zone d'emploi en design et art visuel

Les colonnes 1 et 2 du tableau IV.7 nous donnent le classement (exprimé en pourcentage) des différentes zones d'emploi en termes d'entreprises de design et d'entreprises d'arts visuels. Une corrélation parfaite entre ces deux indicateurs impliquerait que le rapport des deux coefficients est égal à un, une valeur supérieure à un indiquant que les entreprises de design sont surreprésentées dans la zone considérée par rapport au potentiel en termes d'entreprises d'arts visuels, ce qui signifierait une bonne valorisation du potentiel créatif, et inversement un rapport inférieur à un exprimant une non exploitation de ce potentiel créatif à des fins industrielles.

Si l'on met de côté le cas de Montereau pour lequel le rapport très élevé est uniquement dû au fait que le dénominateur est quasiment nul, seules 4 zones semblent effectivement bien valoriser, sur le plan économique, leur tissu créatif : Boulogne, Paris, Roissy et Nanterre. Le cas de Roissy ne semblant pas non plus pertinent car il résulte également de rapports de chiffres très faibles, nous retrouvons la prépondérance de Paris intramuros et sa proche banlieue ouest, le prix du foncier de l'ouest parisien restant probablement l'explication à une présence forte à la fois d'artistes et d'entreprises de design en dehors de Paris intra-muros.

Tableau IV.7 : Liaison entreprises culturelles / entreprises de design

Entre. design par zones emploi	%	% entr.arts	col1/col2	indice conc. arts visuels
Boulogne	10,2	5,7	1,8	0,96
Cergy	0,3	2,1	0,14	1,12
Coulommiers		0,2		0,48
Créteil	1,6	4,5	0,35	0,81
Dourdan		0,6		1,18
Etampes		0,2		0,73
Evry		1,7		0,7
Fontainebleau		1,7		1,14
Lagny		0,3		0,46
Les Mureaux	0,3	0,5	0,6	0,95
Mantes	0,5	0,9	0,55	1,3
Meaux		0,4		0,48
Melun		1,2		0,8
Montereau	0,3	0,05	6	0,24
Montreuil	4,5	6,8	0,66	0,16
Nanterre	10	9,2	1,1	0,73
Nemours		0,2		0,8
Orly		1,4		0,36
Orsay	0,3	0,8	0,37	0,98
Paris	66,4	49,7	1,34	2,01
Poissy		0,7		1
Provins		0,2		0,7
Roissy	0,3	0,2	1,5	0,4
Saint-Denis	1,8	4,6	0,4	0,66
Versailles	2,6	3,6	0,7	0,82
Vitry	1	2,6	0,4	1,23
Total	100	100	1	1,23

Source : Etude districts culturels... et tableaux 2 et 4

- Comparaison des coefficients de concentration

En revanche, si l'on compare dans un premier temps, le classement des zones d'emploi en termes d'entreprises de design avec leur classement en termes d'indice de concentration en arts visuels, on observe en réalité une absence de corrélation. En effet, les seules zones ayant un indice supérieur à un sont, par ordre décroissant, Paris, Mantes, Vitry, Dourdan, Fontainebleau, et Cergy.

Pour mémoire, la colonne 3 du tableau IV.8 indique le classement des zones d'emploi en termes d'indices de concentration d'entreprises culturelles toutes catégories confondues, et l'on retrouve un classement identique à celui exprimé en fonction du nombre d'entreprises de design. Il y aurait donc une meilleure corrélation avec l'existence d'un tissu d'entreprises culturelles, quelles qu'elles soient, qu'avec un tissu d'entreprises déjà orienté vers les arts visuels. On retrouve donc ici d'une certaine manière la logique du district culturel décrite précédemment.

Tableau IV.8 : Classements comparés des zones d'emploi design/ arts visuels

Entreprises Design	Entreprises arts visuels	Entreprises Culturelles
Paris	Paris	Paris
Boulogne	Mantes	Boulogne
Nanterre	Vitry	Nanterre
Montreuil	Dourdan	Montreuil
	Fontainebleau	
	Cergy	

Cependant, il est davantage pertinent de comparer les zones d'emploi en fonction de leurs indices de concentration respectifs en entreprises de design et entreprises d'art visuel.

Le tableau IV.9 ci-dessous montre en fait une déconnexion entre la présence d'entreprises d'arts visuels et de design. Seules les zones de Paris, Montreuil et Vitry sont présentes dans les deux classements⁶, les autres zones ayant cependant des indices de concentration élevés en termes d'arts visuels mais situés plus loin de Paris, comme Mantès, Dourdan, Fontainebleau, Cergy..., ne valorisent absolument pas ce potentiel créatif en termes d'activités économiques. Ce sont Paris et les zones d'emploi périphériques qui tirent le meilleur parti de la présence d'arts visuels et apparemment essayent de faire se développer une synergie entre les deux secteurs. On peut donc se demander :

- si cette concentration du design dans Paris et sa proche banlieue ne s'effectuerait pas au détriment du développement général du design en Ile de France ;
- si les entreprises de petite taille dont les coûts d'accès aux services de design sont ainsi relevés ne perdent pas là des opportunités, le coût final apparaissant sous la forme de pertes d'emploi et de revenus pour la région.

Tableau IV.9 : Comparaison entre la concentration des établissements de design et la concentration des établissements d'arts visuels

Concentration Arts visuels	Concentration Design
Mantes : 1,29	Boulogne : 1,7
Paris : 1,23	Paris : 1,55
Vitry : 1,22	(Montreuil : 1,3)
Dourdan : 1,18	Roissy : 0,89
Fontainebleau : 1,14	Nanterre : 0,79
Cergy : 1,11	Montreuil : 0,74
Montreuil : 1,06	Versailles : 0,59
Poissy : 1,00	Vitry : 0,53
Orsay : 0,98	Les Mureaux : 0,51

Source : Tableaux IV 5 et 7

Il conviendrait cependant de compléter l'analyse en tenant compte de la tenue des salons et manifestations liées au design en Ile de France. Ce critère est délicat à analyser

⁶ Classement des indices de concentration arts visuels et design par ordre décroissant

car le recensement de ces diverses manifestations nous montre que près de 100% de celles-ci se tiennent à Paris ou au parc d'expositions de Villepinte, ce dernier pouvant être considéré comme faisant partie de la zone d'emploi de Paris. Les exposants venant dans ces salons, notamment étrangers, les considèrent comme étant des salons parisiens, et l'on peut penser que leur tenue n'a que peu d'influence sur l'implantation pérenne d'entreprises culturelles ou de design.

Ainsi, même si plusieurs zones d'emploi hors de Paris restent susceptibles d'attirer l'implantation d'artistes, elles n'arrivent pas à valoriser ce potentiel créatif sur le plan économique. Il y aurait donc un manque à gagner certain pour la région Ile de France, qui, bien que leader en France dans le domaine du design, a des résultats en-deçà de son potentiel créatif. Le projet de création d'un centre international du design par la région Ile de France constitue peut-être un moyen de coordonner ces potentialités, à l'image de la Cité du Design à Saint-Etienne qui « est conçue pour rassembler tous les acteurs du design, qu'ils appartiennent au monde économique, culturel, artistique, scientifique ou technique ».⁷ Ce projet sera par ailleurs complété – ou concurrencé – par le projet de la Cité de la mode, en bord de Seine devant la gare d'Austerlitz, soutenu par la Ville de Paris et la Caisse des Dépôts et Consignation. Ce dernier est déjà bien avancé et devrait rassembler toutes les énergies créatives liées au secteur de la mode, bénéficiant de l'image de Paris, capitale internationale de la mode.

Cette analyse confirme les approches menées par la Région Ile de France et l'APCI, montrant la faible valorisation du potentiel créatif de la région Ile de France, même si par ailleurs, la région Ile de France concentre la plus grande partie des structures de design. En réalité, plus que la région, c'est la ville de Paris qui concentre la majeure partie des entreprises de design et même les zones qui bénéficient d'un niveau élevé d'entreprises d'arts visuels ne savent pas tirer profit de ce potentiel créatif.

IV. 3. De l'avantage du foncier au défi d'un développement local ?

S'il est évident que bien des zones peuvent difficilement organiser les bases culturelles de leur développement, qu'en est-il par contre de ces zones périphériques de la ville de Paris qui semblent - même de loin - accompagner Paris dans la polarisation généralisée de l'Ile de France, essentiellement d'ailleurs dans le domaine des industries culturelles ?

Dans certains cas, cette évolution est déjà ancienne. Si l'on considère par exemple les villes de Montreuil ou de Bry sur Marne, elles constituent depuis les débuts du 20^e siècle des territoires où les industries culturelles ont progressé, souvent au départ du fait de décisions individuelles qui étaient liées soit à la localisation d'un créateur (Daguerre) soit aux besoins d'un entrepreneur de trouver déjà des ressources foncières dont il ne pouvait pas disposer à Paris (Document B4). Mais l'enjeu est moins de savoir pourquoi des activités sont apparues à un endroit donné que de savoir si elles peuvent s'y développer et y susciter un développement local. De ce point de vue les exemples précités sont assez intéressants. Si l'on peut aujourd'hui parler de pôle de l'image et du multimédia pour Montreuil, en liaison avec un véritable marché du travail local et un riche tissu productif, on peut plus difficilement parler d'un développement local à base culturelle pour Bry sur Marne même si la présence de l'INA assure une activité permanente.

⁷ Cf guide de la Cité du design de Saint-Etienne, Ch1-3 : l'éclosion de la Cité du Design, p.87

Outre les raisons historiques, d'autres peuvent être ici avancées et dans cette section nous considérerons l'explication par le foncier.

Prenons l'exemple de Saint Denis. Sur le plan immobilier, la ville, à l'image du département, dispose encore de terrains disponibles à des prix compétitifs (Documents B 6 & B 7). Ceux sont surtout des friches industrielles. Le prix immobilier de bureau (loyer par an/m²/HT/hors charges) pour des immeubles neufs se situe entre 160€ (vers Tremblay-en-France/Villepinte) et 280€ (Plaine Saint Denis) et, pour des prestations équivalentes, les prix des 18, 19 et 20^e arrondissements de Paris (limitrophes du département), se négocient autour de 500€, selon Comex 93, 2006. Il s'agit d'un atout très favorable pour attirer les entreprises. Ainsi, entre 2000 et 2003, près d'un million de mètres carrés de bureaux ont été construits à la Plaine Saint-Denis, permettant à 800 entreprises de s'y implanter. De manière plus spécifique, dans le domaine de l'audiovisuel, Saint-Denis dispose de vastes surfaces répondant aux normes internationales (grands plateaux divisibles, connexions Internet haut débit, espaces d'agrément, etc.). La possibilité d'extension des surfaces de travail pour les entreprises facilite le mouvement de regroupement. Aussi, la ville dispose d'espaces aménagés, tels que le parc tertiaire et d'activités des EMGP (300 000 m² à Saint-Denis et Aubervilliers), ou le Village de la communication.

L'importance des activités culturelles dans les départements ou les zones limitrophes s'expliquerait donc par le coût du foncier et l'intérêt pour un certain nombre de centres de décision localisés dans Paris de trouver proche des sièges les ressources foncières nécessaires à leur expansion ou à l'implantation de celles de leurs activités hautement consommatrices en ressources foncières. Si l'explication change, l'enjeu reste cependant le même : ces concentrations même limitées permettent-elles de susciter un développement endogène au profit de la zone et de la région ?

Une évolution limitée

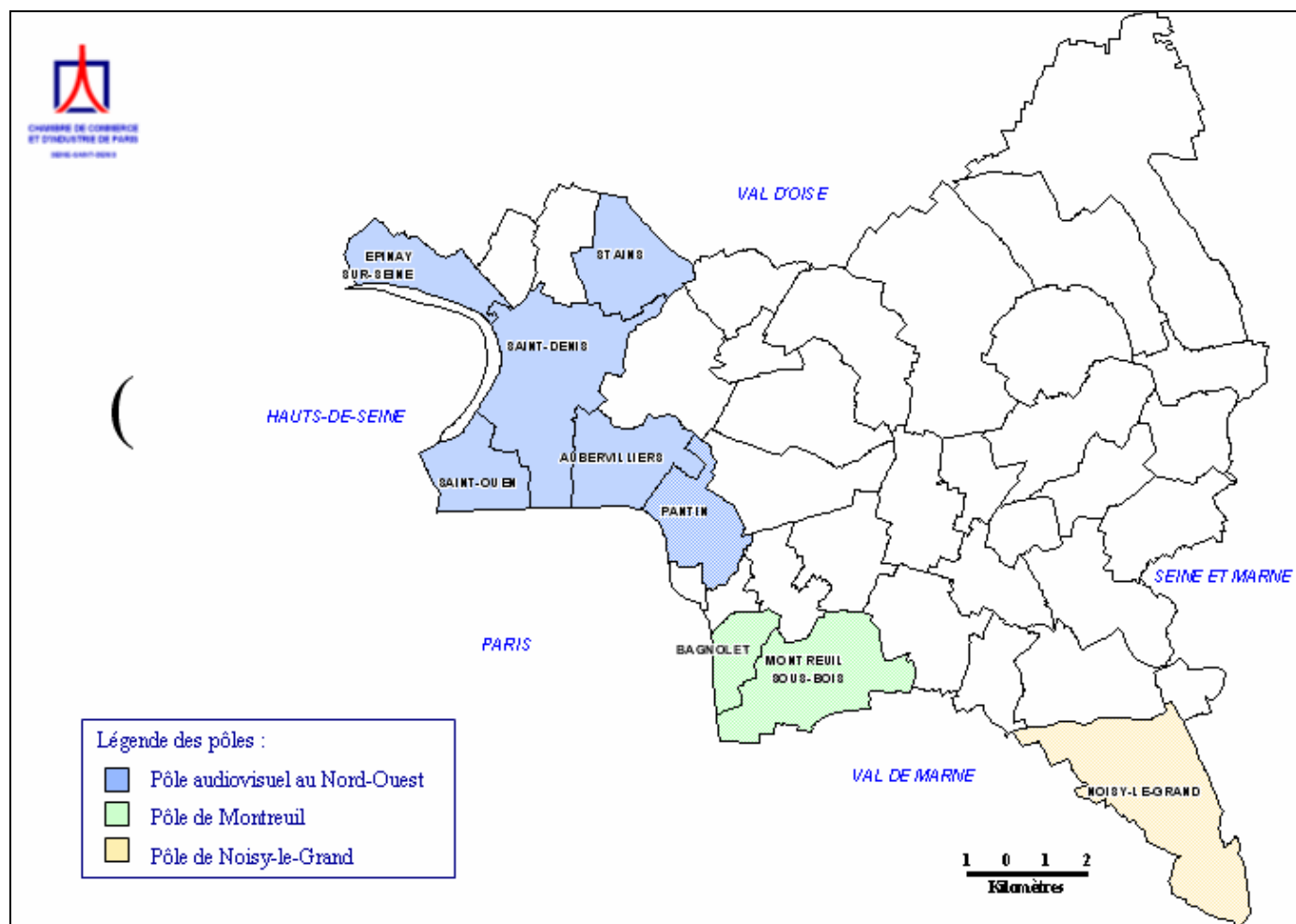
Relevons d'abord que la répartition des activités culturelles dans les zones périphériques de Paris colle littéralement à Paris et que les parties les plus éloignées de ces mêmes zones ne bénéficient pas toujours de telles implantations.

Donnons en deux exemples.

- Le premier, souvent cité, car conférant un nouveau visage au département de la Seine Saint Denis est donc donné par l'audiovisuel. Ce qui est ici intéressant c'est que les implantations restent au plus proche de la capitale, voire desservies par le métro, et qu'une très grande partie du département n'en profite guère à ce jour, alors même que le prix du foncier y est encore plus faible, ce qui limite donc la portée de la seule explication par le foncier (Documents B6 & B7).

- Le second est donné par le cas de l'édition francilienne qui compte 732 établissements et représente 12545 salariés en 2005. Dans cet ensemble, l'édition parisienne représente 73% des établissements et 80% des salariés. Dans les autres départements seuls les Hauts-de-Seine et la Seine-et-Marne semblent tirer leur épingle du jeu avec respectivement 8% et 4% des salariés pour 10% et 2% des établissements. C'est dire le poids de Paris dans l'édition francilienne et sa faculté de concentrer tout ce secteur. Le poids relativement élevé des Hauts-de-Seine provient en partie de la présence du siège de Hachette Filipacchi Media à Levallois-Perret. Par contre les sièges de toutes les autres grandes maisons d'édition : Gallimard, Vivendi Publishing et Le Seuil-La Martinière, se trouvent à Paris (Document B 10).

Tableau IV. 10



En 1993, le secteur de l'édition était plus important qu'aujourd'hui tant en terme d'établissements (76% contre 73% en 2005) et 81 % des salariés (contre 80% en 2005). Il y a donc eu un phénomène de desserrement des établissements d'édition en Ile-de-France ce qui explique que la « Banlieue » soit passée de 23% des établissements en 1993 à 27% en 2005. Pour autant, ce ne sont guère les grandes maisons d'édition qui se sont installées en banlieue, même si certains gros groupes comme Hachette se sont installés à proximité de La Défense. Contrairement aux idées reçues, le poids de Paris était encore plus fort à l'époque puisque la capitale concentrait 77% des traditionnels qui sont plus accessibles dans Paris intra-muros. De 1993 à 2005, Paris a perdu 377 établissements et 2453 emplois dans l'édition tandis que la chute du poids de ce secteur a été beaucoup moins sévère en banlieue avec seulement 84 établissements en moins et la perte de 293 emplois. De 1993 à 2005 la Seine-et-Marne et des Hauts-de-Seine sont les seuls à connaître une hausse de leurs emplois dans le secteur de l'édition avec 17 emplois en plus pour le premier et 178 pour le second. La Seine-Saint-Denis, elle, a gardé un nombre de salariés à peu près stable entre ces deux dates (-5 emplois seulement), par contre c'est le seul département à avoir un solde d'établissements positif avec 7 établissements d'édition en plus en 2005 par rapport à 1993.

Des évolutions à rebours

Considérons la concentration de l'industrie audiovisuelle dans le département des Hauts de Seine. La croissance des activités de radio et de télévision entre 1994 et 2004 a été exponentielle. Il s'agit donc en 2004 du secteur d'activité le plus important de la filière audiovisuelle des Hauts-de-Seine, ce qui était loin d'être le cas en 1994. Cette évolution est à relier à la croissance généralisée de ce secteur d'activité au niveau national. En effet, l'étude de l'IAURIF le souligne⁸, la croissance du marché de l'industrie audiovisuelle a été régulière et soutenue sur la période 1993-2003, notamment grâce aux activités de production de programmes de télévision et d'édition de chaînes thématiques. Si la télévision généraliste domine encore largement le « petit écran », que ce soit en termes de chiffre d'affaires ou en termes d'audience, l'émergence des bouquets numériques satellitaires au début des années 1990 a permis le décollage de la pluralité audiovisuelle. L'augmentation du nombre d'abonnés au satellite (multiplié par quatre en six ans) et l'émergence de la technologie numérique expliquent la croissance rapide et soutenue du marché. Dans les Hauts-de-Seine, la production de programmes télévisés a pratiquement été multipliée par 3 entre 1994 et 2004, et l'édition de chaînes thématiques par 4, passant respectivement de 12 à 47 et de 5 établissements à 24. Ces deux groupes d'activités représentent aujourd'hui plus des trois quarts des entreprises de radio et de télévision du département (Document B8).

Ce n'est pas toute la façade Est du département qui concentre la majorité de ces activités, mais plutôt une zone continue au Sud de Paris, de Saint-Cloud à Montrouge, où toutes les communes sont spécialisées dans ces activités. On y trouve d'ailleurs les quatre communes fortement spécialisées. Neuilly est finalement la seule commune de la façade Est du département non comprise dans cette zone continue mais tout de même spécialisée dans les activités de radio et de télévision.

L'évolution des deux autres types d'activité de la filière audiovisuelle est diamétralement opposée à celle des activités de radio et de télévision :

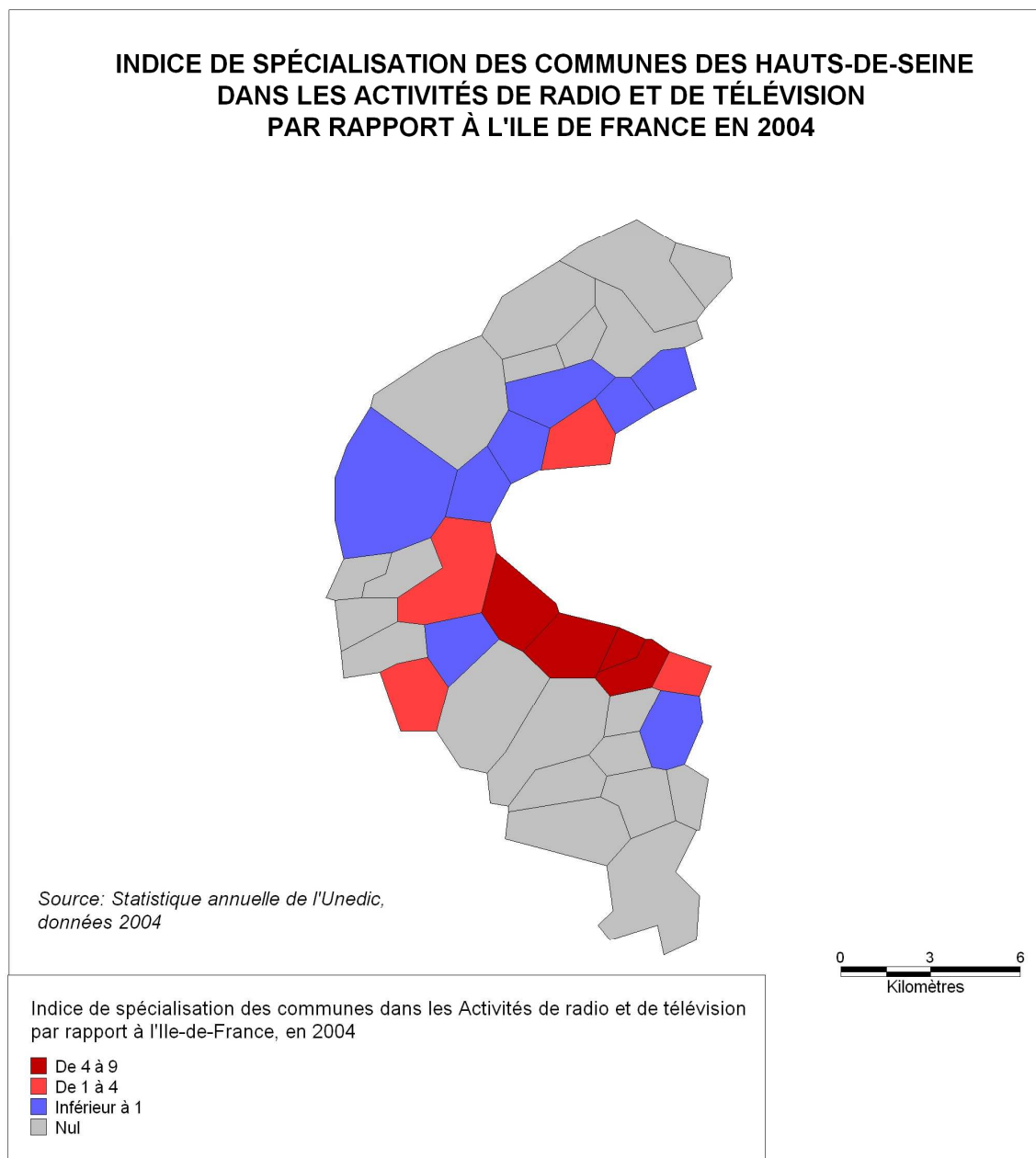
- à l'inverse des activités de radio et de télévision, le nombre d'établissements prestataires techniques pour l'audiovisuel a été diminué par 2 sur la même période, passant de 42 à 24 établissements.
- les fabricants d'équipements pour la radio et la télévision ont connu un net recul entre 1994 et 2004 : le nombre d'établissements fabricant ce type d'équipements a été diminué par 2, passant de 142 à 69 établissements. Ce type d'activité se classe donc désormais au second rang derrière les activités de radio et de télévision, alors qu'il était le plus représenté dans les Hauts-de-Seine dix ans plus tôt.

En dix ans, la filière audiovisuelle a donc beaucoup évolué dans les Hauts-de-Seine, ainsi que nous venons de le montrer. Si d'un côté les activités de radio et de télévision ont connu une croissance exponentielle durant cette décennie, de l'autre, la fabrication d'équipements de radio et de télévision ainsi que la prestation technique pour l'audiovisuel ont subi un net recul pendant la même période. Ainsi, les activités de radio et de télévision ont détrôné de la première place le secteur de la fabrication d'équipements dans le secteur de l'audiovisuel des Hauts-de-Seine. Les prestataires techniques de l'audiovisuel sont eux devenus les moins présents dans le département. En terme de répartition géographique, la donne a également changé, et n'est pas non plus la même selon le secteur d'activité. La filière dans son ensemble a connu un mouvement de forte concentration de ses activités vers l'Est du département, soit au

⁸ IAURIF, *Les industries culturelles en Ile-de-France*, avril 2006, p.54-55

plus près de Paris, premier pôle de l'audiovisuel au plan régional et national. Les activités de création de contenu, d'édition de chaînes et de diffusion sont les plus concernées par

Tableau IV. 11. La spécialisation des communes du 92 en radio télévision



ce phénomène, suivies des prestataires techniques, tandis que les fabricants d'équipements se situent principalement au Sud et au Nord du département.

Il faut aussi noter ici que dans la même période des initiatives souvent réussies se sont réalisées dans Paris, alors qu'on aurait logiquement pu les attendre dans sa périphérie. Considérons Mila 18 (Document B9). C'est un pôle de production musicale. Il compte aujourd'hui une vingtaine d'entreprises. Il agit comme une pépinière en aidant des micro entreprises de l'industrie musicale à produire dans de bonnes conditions malgré le

contexte de crise qui touche le secteur. Le « 18 » est parce que ce pôle est implanté dans le 18^{ème} arrondissement de Paris. Les entreprises qui sont logées dans les locaux de l'OPAC le sont à un tarif ultra préférentiel (50% moins cher que la location d'un local de même taille à Paris). C'est le premier avantage de faire parti du Mila. De plus, les entreprises membres du Mila mutualisent les services tels que la comptabilité, les frais juridiques qui sont très élevés et pourtant indispensable dans l'industrie musicale... Enfin ce pôle agit comme un cluster dans le sens où les entreprises hébergées ne font pas toutes le même travail : on y trouve des entreprises de production, des magazines, des éditeurs... qui interagissent entre elles et tentent d'apporter des solutions nouvelles pour sortir de la crise. Le sigle Mila signifie Marché indépendants des labels du 18^{ème} arrondissement. Il a été créé dans le but de faire face aux majors en terme de diversité musicale. En effet ce sont les majors qui ont des contrats avec les chanteurs qui vendent le plus d'album. Dans ce contexte de crise elles ont tendance à recentrer leur activité en particuliers sur ces chanteurs. Les labels indépendants sont une garantie de diversité dans la production musicale. Ils cherchent sans cesse à renouveler leur répertoire. C'est pour eux le gage de leur survie économique. Deux logiques différentes se confrontent alors : une logique d'exploitation des artistes déjà rentables sans chercher à trouver de nouveaux artistes aux résultats toujours incertains et la logique inverse consistant à toujours rechercher de nouveaux talents pour survivre. Le problème des petits labels indépendants étant que lorsqu'il trouve un artiste qui s'avère avoir un grand succès auprès du public et donc qui est rentable, ce dernier se fait alors engager par un major qui lui offre un contrat plus avantageux. C'est en ce sens que les petits labels sont à la recherche de nouveaux artistes.

Des défis complexes

Indépendamment des relativisations statistiques, il convient de s'interroger sur la capacité de ces concentrations à susciter du développement local, et à soutenir ainsi une trajectoire de croissance de la région. Plusieurs éléments permettent d'en douter sans que ce soit bien entendu irréversible, outre que ces diagnostics peuvent changer sensiblement selon l'horizon-temps sur lequel on raisonne.

- Les logiques de ces entreprises sont souvent définies de manière extérieure au territoire concerné, par des donneurs d'ordre qui résident au cœur de la métropole et qui ont des logiques totalement globalisées. Ce n'est pas nécessairement défavorable à un développement endogène mais cela risque aussi alors d'être le résultat de circonstances heureuses et aléatoires.

- Le marché de l'emploi est loin d'être local, ce qui conduit à des utilisations de revenu en dehors des zones concernées. Il est ici intéressant de relever que la zone de Roissy dispose de quelques industries culturelles mais qu'elles sont alors animées par une main d'œuvre non-résidente (comme en témoigne son exceptionnel taux de polarisation : +3.)

- Les industries culturelles connaissent des délocalisations de plus en plus importantes. Alors que la France est le premier producteur de films en Europe avec 240 films produits chaque année (CNC, 2005), la production française a pris l'habitude de délocaliser. Le retard pris de manière évidente par certains grands projets dionysiens pourrait bien s'expliquer par le fait que certains tournages seront définitivement moins chers à l'étranger. (Pour éviter les délocalisations, le gouvernement a instauré un crédit

d'impôt cinéma (janvier 2004) qui permet à des sociétés françaises qui produisent des longs métrages et qui font l'essentiel de leurs dépenses de fabrication sur le territoire français de bénéficier d'un crédit d'impôt société.)

- Enfin compte tenu de la fragilité économique liée au numérique et de la nécessité de mettre en place de nouveaux modèles d'affaires, ces industries sont de plus en plus sensibles aux aides qui peuvent leur être apportée, mais alors au vu de projets dont les logiques ne sont pas toujours - qu'on puisse en dire - de créer des emplois sur le territoire.

IV-4 Paris, atout ou handicap ?

L'effet de concentration exercé par Paris sur les autres zones de la région conduit à se demander si Paris est un atout ou un handicap pour les autres zones de la région ou, mieux, dans quelle mesure Paris est à la fois un atout et un handicap.

A priori, Paris est un atout. Son capital historique et culturel, ses infrastructures de formation, d'exposition et de démonstration, son marché du travail hautement qualifié et sa population dont les caractéristiques correspondent le mieux avec les caractéristiques favorables à la demande de biens culturels telles que dégagées par les ajustements économétriques constituent autant de leviers en faveur de l'économie culturelle francilienne.

On peut cependant considérer que cette concentration porte en germe des effets de domination qui ne favorisent pas nécessairement le développement de ces autres zones, ou qu'elle peut même sécréter, même si c'est de manière limitée, des effets pervers.

La dépendance vis-à-vis des donneurs d'ordre

- A l'ombre des médias

On a déjà signalé plus haut qu'un certain nombre d'établissements culturels situés dans les zones périphériques pouvaient craindre que leurs donneurs d'ordre ne développent des logiques qui puissent les marginaliser voire les exclure. On assiste alors à un paradoxe qui peut même être vécu comme une fatalité : on cherche à rester dans la proximité des donneurs d'ordre, mais ce faisant on est ancré sur une logique qui peut être extérieure aux besoins du territoire et des populations concernées.

Un point doit ici être clair : l'exploitation d'un coût du foncier moins élevé doit être mesurée à l'aune de la proximité des donneurs d'ordre, notamment des médias. Ainsi, dans le domaine musical (Document B11), si on remarque une forte concentration de labels indépendants dans les pourtours de la capitale, ou même dans les 17^{ème}, 8^{ème} et 5^{ème} arrondissements, c'est parce que les médias sont là et donc le marketing et la promotion se font à partir de Paris. Dans le secteur de la musique, tous les acteurs ont besoin de travailler ensemble. Les labels indépendants ont besoin des médias pour promouvoir ces artistes. Dans un marché fortement concurrentiel, le fait d'être concentré sur Paris leur permet d'être très proche des diffuseurs, des médias (radio, télévision). Rappelons que la promotion, ou le marketing est ce qui coûte le plus cher pour un label indépendant. Les *majors* ont souvent une forte emprise sur la radio qui reste le média le plus efficace pour la promotion des artistes. Ainsi, pour les labels indépendants qui n'ont pas les moyens des *majors*, être proche des entreprises dont ils ont besoin pour

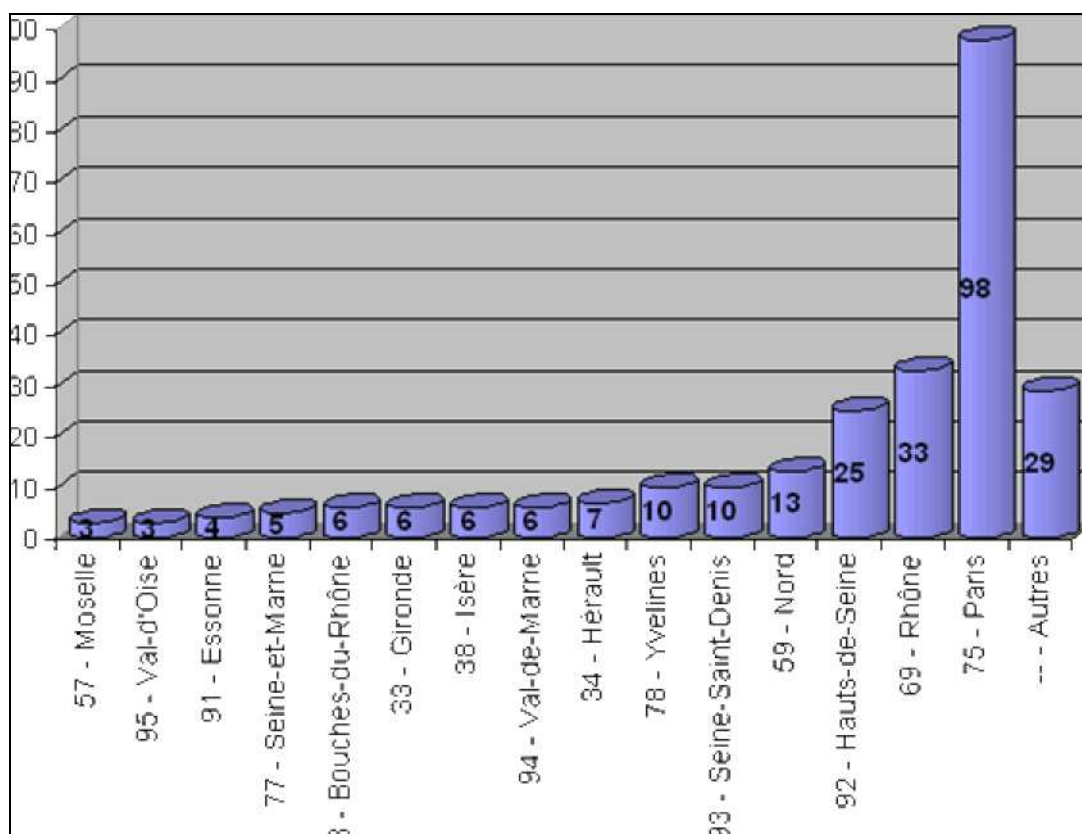
promouvoir la musique peut être un atout considérable. Par ailleurs, selon l'avis d'un directeur de label indépendant, "si les radios se déplaçaient hors de Paris, les labels suivraient".

- Le réseau comme antidote ?

Mais il va de soi que ce qui est vrai pour un certain nombre d'industries culturelles ne l'est pas nécessairement pour toutes.

Considérons le cas des jeux vidéo (Document B12). Les entreprises de jeu vidéo sont essentiellement concentrées dans les régions parisiennes et lyonnaises qui à elles seules totalisent plus des trois quarts des acteurs du marché dont environ 60% pour l'Île de France. En Île-de-France, ces entreprises sont de plus concentrées notamment à Paris, comme l'indique le graphique ci-après.

Tableau IV.12 La répartition des jeux vidéo par départements



Source : Agence Française pour le jeu vidéo

Les acteurs évoquent comme premier choix de leur localisation le hasard et le fait de pouvoir bénéficier de locaux plus spacieux, de bénéficier de l'attractivité de Paris pour leurs salariés et de la proximité de certaines écoles. Néanmoins, les entreprises ne s'implantent pas par hasard, tout d'abord nous pouvons nous apercevoir que les dirigeants étaient tous de l'Île de France - elles s'implantent donc principalement et selon une certaine logique en fonction du lieu de résidence du fondateur. Puis s'ajoutent les nombreux atouts d'être à proximité des autres et de pouvoir communiquer de façon informelle et formelle plus aisément. En effet, elles s'implantent en fonction d'un réseau de contact préexistant, des centres d'affaires et d'échanges à proximité.

Les atouts de la proximité des « concurrents » et d'être dans la ville où sont déjà implantées de nombreuses entreprises semblent plus importants. S'ajoute à cela le fait de bénéficier d'une main d'œuvre locale (qui sort des écoles graphiste et d'ingénieur qui sont la plupart en région parisienne). La proximité des autres même si elle n'est pas perçue comme étant le facteur principal d'installation est néanmoins perçue comme un bénéfice. Les entretiens semblent confirmer notre hypothèse selon laquelle le réseau, avant de se formaliser, a d'abord été concrétisé par la mise en place de réseaux d'interconnaissance informels.

La plupart des développeurs se sont croisés dans les mêmes studios à un moment donné de leur carrière, que ce soit chez Ubisoft ou Cryo ou dans des entreprises créées plus tard sans compter qu'ils ont pu passer par les mêmes écoles et formations. En outre, la particularité des jeux vidéo fait que la fonction de production change à chaque produit. Les entreprises sont donc structurées autour du noyau dur des salariés permanents (souvent co-fondateurs de l'entreprise), qui pratiquent les trois métiers de base, et pour chaque projet s'ajoutent un à dix intervenants, embauchés par contrat d'auteur ou d'intermittent du spectacle. Ces contrats s'adaptent très bien aux exigences de production des produits, coûtent moins chers aux entreprises que des contrats types, et ont pour effet de former un vivier de travailleurs qui passent rapidement d'une entreprise à l'autre ; mais qui surtout deviennent vecteurs d'information et resserrent encore plus les liens d'interconnaissance au sein du district.

Néanmoins, cette proximité n'implique pas une coopération. Les studios ne sont pas toujours enclins à travailler ensemble et à coopérer. Les dirigeants rencontrés n'ont pas toujours conscience de faire partie d'un réseau ou district car cela ne fait pas partie de leur méthode de travail. Par contre, ils trouvent tous des avantages à travailler ensemble, et à s'échanger des techniques, des procédés – par exemple l'un de nos enquêtés a inventé un moteur 3D qu'il partage avec d'autres sociétés sans aucun problème, mais ce même acteur n'a pourtant pas conscience d'être en district et de partager des informations, c'est pour cela que nous parlerons de district informel. Capital Games a permis d'accélérer les rapprochements entre les acteurs du secteur et leur a permis de mieux coopérer, mais certains – notamment ceux qui sont les plus impliqués dans le SPL – déplorent le manque de culture de travail en commun.

Le SPL Capital Games a été formé à la suite de la crise qui a secoué le secteur du jeu vidéo en 2002, où la moitié des entreprises françaises et des effectifs ont disparu. Dans ce contexte, le fondateur de Capital Games a décidé de mettre au point des stratégies de coopération et de mutualisation entre des PME de petite taille, soumises en direct aux challenges et aux dangers de la mondialisation. Un projet fut donc soumis à la Ville de Paris et à la Région, qui permit d'obtenir un soutien financier, et la création d'un SPL. Le SPL Capital Games est né "officiellement" en janvier 2004.

Le rassemblement sous la bannière de Capital Games (association Loi 1901) s'est donc imposé à la plupart de ces acteurs comme un moyen de gagner en visibilité internationale, par le double effet de masse et du travail associatif qui promeut ses membres. En outre, Capital Games est partie prenante du pôle de compétitivité Cap Digital, anciennement Image Multimédia et Vie Numérique, qui regroupe l'ensemble des créateurs de contenu numérique de la région parisienne. Le but de ce pôle est d'opérer une fertilisation croisée entre tous ces secteurs. La participation de Capital Games à ce pôle s'est imposée naturellement comme allant dans la logique de poids à l'international et face aux pouvoirs publics que recherchent les acteurs de ce secteur.

Le revers de la médaille : du tourisme culturel au tourisme d'affaires

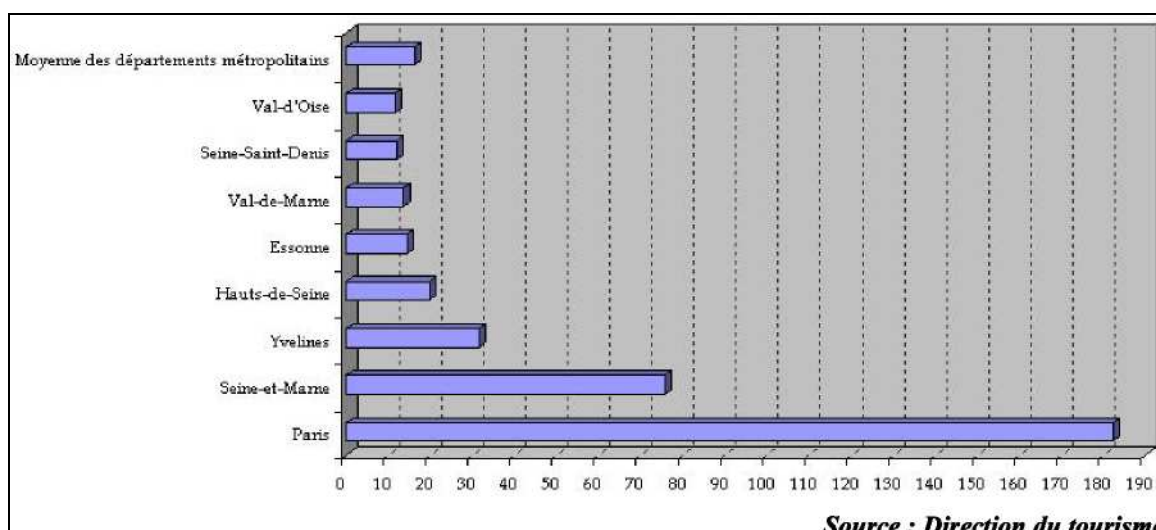
Pour rendre compte des effets à la fois contrastés et liés de Paris sur la région, le cas du tourisme culturel est des plus pertinents. Sachant que l'activité touristique représenterait jusqu'à 10% du PIB francilien, on peut se demander si le fait que Paris soit la première destination touristique mondiale ne va pas profiter grandement à un « arrière-pays » qui est loin d'être dépourvu en monuments et lieux de culture. Considérons pour cela les zones de la petite couronne qui - cette fois-ci - ne suivent justement pas Paris dans la concentration des activités correspondantes (Document C7).

La première couronne parisienne connaît historiquement un développement urbain exponentiel à partir de la deuxième moitié du XIXe siècle. Ce développement se fait alors exclusivement au service de la capitale ; la banlieue proche de Paris est amenée à accueillir des infrastructures dont la ville centre souhaite débarrasser son territoire : cimetières, usines polluantes, gares de triage, centrales d'épuration ; et les habitants rejetés en périphérie par les prix du foncier, sauf dans le cas particulier de l'Ouest de l'agglomération, socialement aisé et relativement épargné par ces délocalisations gênantes. De ce fait, la première couronne parisienne a longtemps été associée à une image de « débarras industriel » ou de « banlieue rouge » dominée par les grands ensembles, image *a priori* peu favorable au tourisme.

Elle abrite pourtant quelques lieux non sans importance dans l'histoire de France, comme la Basilique de Saint-Denis, nécropole des rois de France, le château de Malmaison ou le château de Vincennes. Mais leur fréquentation reste largement inférieure à celle des grands sites historiques parisiens, le premier étant Notre-Dame de Paris avec 13,6 millions de visiteurs estimés en 2006. L'évolution du rapport au tourisme pourrait favoriser la petite couronne, qui accueille des « lieux insolites » ou d'architecture contemporaine porteuse d'intérêt. C'est par exemple le cas des tours de la Défense dans les Hauts-de-Seine ou du Stade de France en Seine-Saint-Denis, autour duquel sont organisées de nombreuses manifestations. Par ailleurs, les activités artisanales et industrielles développées historiquement dans ces départements sont aussi des leviers pour susciter une fréquentation touristique par la création de musées, comme le Musée de l'air et de l'espace au Bourget ou le Musée de la Céramique dans les Hauts-de-Seine, ou par l'organisation de manifestations dans des lieux de production toujours actifs. Cette nouvelle direction du tourisme se heurte cependant à l'image monumentale associée à la capitale, qui englobe pour le touriste toute l'Île-de-France. L'enjeu est donc de valoriser une identité locale.

La fréquentation touristique en petite couronne reste néanmoins très inférieure à celle de Paris et à celle de la Seine-et-Marne, tirée par Disneyland, que ce soit en termes de présence des touristes ou de fréquentation des monuments. Le tableau IV.15 montre ainsi la disproportion entre Paris et les autres départements de l'Île-de-France : le nombre d'Equivalent Habitants Permanent à Paris est neuf fois supérieur à celui des Hauts-de-Seine et quinze fois à celui de la Seine-Saint-Denis. Les chiffres de la première couronne sont proches de la moyenne des départements métropolitains : l'effet parisien semble donc écrasant.

Tableau IV.13 : Une mesure de la présence des touristes étrangers en Île-de-France : l'équivalent habitants permanents en 2005 (en milliers)

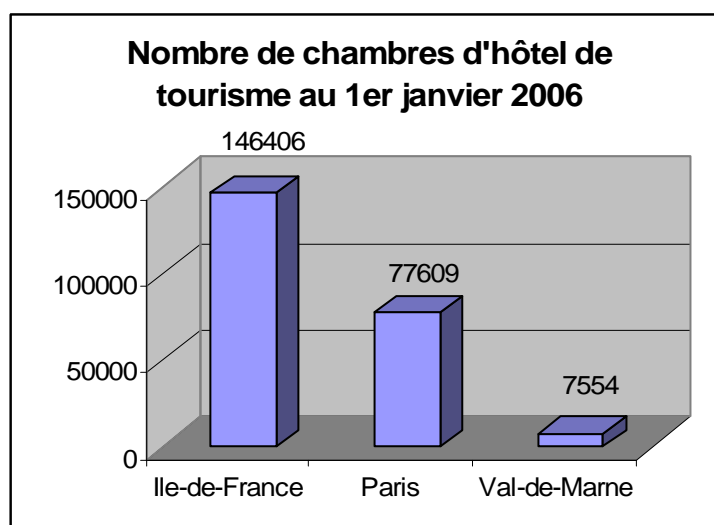


La disproportion est évidente si l'on étudie la fréquentation des principaux sites culturels en 2006. On constate une domination écrasante des premiers sites de Paris, de la Seine-et-Marne et des Yvelines ; la capitale domine la fréquentation de façon exponentielle puisque dix sites y dépassent le million de visiteurs par an, et 45 sites les 100 000. En comparaison, seul un site dépasse les 100 000 visiteurs dans le Val-de-Marne et deux dans la Seine-Saint-Denis.

Si l'on observe de façon plus fine la fréquentation des quatre premiers sites de première couronne, on constate qu'il se fait assez rapidement une disjonction entre les principaux sites et les sites moins visités, notamment dans le cas du Val-de-Marne où le château de Vincennes a deux fois moins de visiteurs que Mac/Val. Les scores de visite restent faibles. Et il est intéressant de constater que ce sont principalement les sites liés à un tourisme « original », d'architecture notamment, qui apparaissent, et non des sites patrimoniaux classiques comme à Paris.

De ce fait la forme de tourisme qui tend à prévaloir n'est pas le tourisme culturel mais plutôt un tourisme d'affaires. Partons de l'exemple du Val de Marne (Document C6). Le département du Val-de-Marne ne comptabilise que 7554 chambres d'hôtel de tourisme, soit dix fois moins que le département de Paris. La présence de Paris constitue a priori un premier atout en permettant l'hébergement de ceux qui voudraient visiter ce département. Cette proximité présente un second atout pour le département du Val-de-Marne en termes d'attraction touristique. En effet, celui-ci est limitrophe de la ville de Paris qui accueille un nombre très important de touristes et d'activités touristiques. Enfin, le département du Val-de-Marne bénéficie de l'aéroport d'Orly qui est le deuxième aéroport français en termes de trafic de passagers. Indispensable au développement de la région Ile-de-France en général et au développement de l'activité touristique en particulier, cet équipement génère des flux très importants de passagers en direction essentiellement de Paris.

Tableau IV.14. Comparaison des parcs hôteliers



Source : Insee, 2006

Mais si la proximité de Paris présente des avantages pour le développement de l'activité touristique du département du Val-de-Marne, elle peut aussi constituer un handicap. La ville de Paris propose une offre touristique quantitativement et qualitativement élevée et diversifiée. Compte tenu de la durée relativement courte des séjours, cette offre apparaît suffisante pour la plupart des touristes étrangers qui viennent visiter la région Ile-de-France, à tel point que très peu d'entre eux visitent les autres départements de la région.

Dans ces conditions, même si le département du Val-de-Marne est un territoire de flux touristiques en provenance ou à destination de l'aéroport d'Orly, il peine à capter ces flux. On peut parler ici d'un effet tunnel. En effet, de façon générale, les visiteurs atterrissent à Orly et se dirigent directement vers la ville de Paris pour y séjourner, puis font le trajet inverse à la fin de leur séjour. Le département du Val-de-Marne, comme les autres départements de la région Ile-de-France ne bénéficient pas au maximum du passage de touristes sur son territoire. En conséquence, les retombées économiques sur le territoire val-de-marnais sont bien moindres que pour la ville de Paris puisque les visiteurs étrangers et français dorment essentiellement dans les hôtels situés dans Paris et dépensent ainsi leurs revenus sur ce territoire. Les séjours les plus importants sont relevés à proximité des grandes zones d'affaires (Orly, Rungis), et il en va souvent ainsi lorsque l'on considère les autres départements de la région, la zone d'EuroDisney exceptée.

Un mimétisme lancinant

Rapidement estampillé « Beaubourg de banlieue », le Mac/Val a-t-il réussi son pari d'ouvrir l'art contemporain au plus large public possible (Document C1). D'après une étude réalisée en décembre 2007, le Mac/Val a accueilli 215 000 visiteurs en deux ans dont 70 % venaient du département (dont 36 % *vitriots*). Le premier bilan reste positif voire même encourageant, dans la mesure où les responsables politiques et culturels du Musée envisageaient une fréquentation aux alentours de 85 000 visiteurs par an. Du point de vue des profils sociologiques des visiteurs, si le musée attire un public familier de l'art contemporain avec des catégories socioprofessionnelles stéréotypées comme des étudiants en art, des enseignants et des retraités, le Mac/Val a la particularité

d'attirer également les enfants du quartier, qui sont naturellement bienvenus dans les allées du Musée et sur les ordinateurs du centre de documentation. Le Musée est conçu et organisé avant tout comme un lieu de rencontres, d'échanges et de vie : un nouvel espace public. Le fait que les agents d'accueil soient issus de la ville semble aider à l'intégration du jeune public dans un lieu qui n'est à priori pas leur terrain de jeu favori, alors même que l'insertion de l'édifice au cœur du centre-ville facilite l'appropriation des lieux par les habitants du quartier. C'était le premier objectif du projet que « les gens du coin » franchissent les portes du musée.

En fait, un enjeu majeur aujourd'hui consiste à s'ouvrir et à faire venir les parisiens, qui semblent être venus en nombre à l'ouverture par curiosité et qui aujourd'hui se font plus rares. De nombreuses critiques reviennent régulièrement insistantes sur le fait que le musée se trouve en banlieue et pas dans le centre de Paris et qu'il n'y a pas de liaison directe avec le métro. Il apparaît ainsi que le prochain cap à passer pour le Mac/Val soit celui de la maturité et de la consolidation de sa vocation nationale et internationale, d'autant plus que ce public est nécessaire pour un équilibre financier soutenable du musée. Pour cela le musée cherche à faciliter son accessibilité, qui semble être le point noir de l'expérience pour l'instant, et dans la continuité de l'ambition politique du Mac/Val un gros effort a été entrepris pour encourager les parisiens à traverser le périphérique, en direction du Val-de-Marne. Par ailleurs, de nouveaux projets de transports urbains, comme la construction du métro Orbival (dit métro de « banlieue à banlieue » irriguera à terme l'ensemble du département et sera rattaché aux autres départements franciliens dans le cadre du projet ArcExpress) ou l'installation d'un tramway sur le site propre de la RN305 entre Paris et Choisy-le-Roi devront également améliorer l'accessibilité du Musée. Sans remettre en question le projet initial, les pesanteurs sociologiques et financières conduisent donc à se retourner vers le marché parisien et probablement alors à faire des choix artistiques susceptibles d'attirer un public « saturé » par les références de Beaubourg et du Palais de Tokyo

Mais une mine d'innovations

Quelles que soient les pesanteurs qui peuvent peser sur les zones de l'Île de France, relevons que les innovations y sont nombreuses et continues. Donnons-en rapidement deux illustrations qui renouvellent les visions traditionnelles des processus culturels au profit des populations locales : le domaine des festivals, le domaine des académies.

- L'innovation dans les festivals

Banlieues Bleues est né en 1984 de par la volonté de plusieurs villes de la Seine-Saint-Denis de créer une manifestation culturelle ambitieuse révélant au grand public la diversité et la richesse des musiques de jazz (Document C3). Aux concerts, s'est ajoutée une programmation cinéma, coproduite par plusieurs cinémas municipaux. Dès 2004, Banlieues Bleues avait organisé plus de 700 soirées, accueilli plus de 1000 groupes et 7000 musiciens, pour des centaines de milliers de spectateurs. En février 2006, Banlieues Bleues emménage dans des locaux à Pantin, puis inaugure La Dynamo, lieu de répétitions et de concerts et première salle construite en France pour le jazz et les musiques improvisées. Soutenu dès les premières éditions par le Conseil général de la Seine-Saint-Denis puis par l'Etat, le festival organisé par l'association a été dès l'origine une expérience pionnière de collaboration intercommunale au niveau d'un département avec une durée exceptionnelle pour un festival (cinq semaines).

L'éparpillement sur plusieurs villes et l'organisation d'activités permanentes entre les périodes festivières sont devenus un atout de diffusion et de proximité vis à vis d'un public à conquérir mais c'est avant tout la qualité de sa programmation qui a fait le succès du festival. Dans le sillon des concerts du festival, naissent chaque année des projets atypiques nommés « actions musicales ». Fruits de la rencontre entre des artistes avides d'échanges et les habitants de la Seine-Saint-Denis, ces actions musicales s'épanouissent dans les établissements scolaires, les écoles de musique, les maisons de quartier, les universités, les centres sociaux, les bibliothèques et autres studios de répétition du département. Les projets d'actions musicales prennent différentes formes : les résidences (elles ont pour ambition d'inviter plusieurs groupes amateurs à répéter et jouer le répertoire d'un artiste invité.) ; les projets éditoriaux (il s'agit de faire découvrir le contexte socioculturel dans lequel s'inscrivent jazz et musiques improvisées et d'appréhender le sens que les musiciens donnent à leurs musiques à travers des ateliers d'écriture, de radio-journalisme et de photographie) ; les Conférences musicales ; les ateliers de pratique et de découverte (il s'agit de coups de projecteurs sur l'univers musical d'un ou plusieurs artistes et d'invitations à l'échange par la pratique ou la parole).

La Dynamo de Banlieues Bleues est un lieu spécifiquement dédié au jazz qui développe désormais à longueur d'année une programmation de concerts, d'actions musicales, de résidences de musiciens, de séances d'écoute et accueille des projets rayonnant sur le territoire de la Seine-Saint-Denis et au delà. Spécialement construit pour le jazz et les musiques improvisées, ce lieu est le tout premier du genre en France. Elle est installée dans une ancienne fabrique, et à l'esthétique industrielle du début du 20ème siècle répond celle d'aujourd'hui, faite de matériaux bruts sans entretien (tôle, plastique, écaillés en métal) pour créer un espace dont la modernité, à l'instar du jazz, s'ancre dans la tradition.

- L'innovation dans l'académie

Inaugurée en mai 2003 à deux pas du RER D « Stade de France-Saint-Denis » (93), l'académie Fratellini est à la fois centre de formation artistique international de haut niveau, et un lieu de création, de production et d'accueil autour du cirque et de ses métissages (Document C5). Cette académie s'inscrit dans la tradition d'Annie Fratellini, femme Auguste, qui avait créé en 1972, l'école nationale du cirque. Il aura fallu moins de 2 ans pour faire naître, au cœur du quartier d'affaire Landy-France à Saint-Denis, une véritable cité des arts du cirque constituée d'un ensemble de 5500 m² composé d'un chapiteau en dur de 1600 places l'Altair, entièrement construit en bois, une immense halle, des ateliers pour chaque corps de métier (costumes, ferronnerie, bois), des studios de répétitions et d'entraînement et enfin un restaurant-cabaret, l'Amazir. Pour le directeur du cirque, « *Placer l'académie Fratellini, dans le nouveau quartier de Landy-France, au cœur d'un bout de ville qui se pense, c'est assumer la part que l'acteur artistique et culturel doit jouer dans la ville* ». Le projet culturel de l'établissement s'articule autour de 6 axes : la formation des publics à travers le pôle de pratiques amateurs ; la mise en œuvre de partenariats avec les acteurs culturels locaux et les institutions nationales ayant en commun avec l'Académie Fratellini des territoires ou des populations ; un projet cohérent et volontariste en terme d'éducation artistique afin de toucher le plus largement possible les jeunes scolarisés à Plaine commune/Saint-Denis et au-delà et proposer des projets artistiques et culturels en relation avec les enseignements proposés par des établissements relais (départements universitaires, écoles professionnelles).

Dans le cadre de la création 2007, Dédale, l'Académie a pu développer des partenariats locaux. Pour mener à bien ce gigantesque chantier, il a fallu faire appel à des entreprises aux compétences très diverses. Pour cela, l'académie a eu recours à de nombreuses entreprises locales inscrivant davantage le projet dans une dynamique alliant artistique et économie, au service du développement local (démarche prônée par la Plaine commune). Ainsi la Corderie Henri Lancelin SA est spécialisée dans les cordages de bateaux et équipe aujourd'hui 85% des chantiers français de constructeurs de bateaux. : le pari pour cette entreprise a été d'adapter leurs techniques de cordage pour réaliser du « cordage circassien ». En échange d'une donation importante de cordage et de tarifs relativement bas pratiqués par l'entreprise, l'académie leur a assuré une visibilité et une mise en valeur de leur image dans le secteur culturel.

V. Conclusion :

Economie culturelle de rente ou économie culturelle de production ?

Il existe une économie culturelle en Ile de France. Mais il est bien exact que c'est avant tout l'économie culturelle telle que Paris a su l'organiser tout au long des 19^e et 20^e siècle, et que bien des incitatives ou des structures hors Paris ne bénéficient alors que des interstices laissées ouvertes, soit par le marché soit par les institutions. Cette économie culturelle repose sur l'exploitation d'un patrimoine prestigieux (matériel et immatériel, écrit et oral) et des ingénieries qui lui sont associées, et c'est en quelque sorte une économie culturelle de rente.

On peut alors se demander si la région Ile de France assume le défi des industries culturelles et créatives comme le font de nombreuses métropoles qui d'une certaine manière n'ont pas à assumer cet héritage aussi lourd que riche et ne conçoivent leur économie culturelle que comme une économie culturelle de production. Gageons que si la région – en tant que territoire – avait fait de la culture un levier de développement d'activités nouvelles et d'emplois – ces activités et ces emplois seraient mieux disséminées et n'épouseraient pas un modèle absolument mono centré. Il y a bien entendu des innovations, mais il est frappant qu'elles interviennent surtout près de Paris et qu'elles concernent surtout le spectacle vivant. Il est vrai que l'analyse n'a pas intégré des éléments tels que la mode, le prêt à porter ou certaines industries du luxe, mais rien ne permet ici de penser qu'un diagnostic élargi aurait débouché sur des conclusions inverses, bien au contraire.

Outre le fait qu'il s'agit là d'un manque à gagner dans l'économie contemporaine, post moderne et globale, on peut se demander pourquoi l'adéquation souhaitable entre la région et la créativité culturelle est en partie décevante. Il y a au moins trois raisons, lesquelles n'épuisent surement pas le débat :

- L'approche du lien entre culture et économie reste pauvre. Les français vivent encore la culture comme quelque chose d'exceptionnel (ou la noient dans l'*entertainment*), devant plus ou moins échapper aux lois de l'économie, et ayant vocation à être placée sous une tutelle permettant un accès généralisé aux œuvres de l'humanité.
- La manière d'agir des collectivités locales – dont certaines ont accompli des efforts remarquables – tend encore souvent à réfléchir celle de l'Etat : la culture serait un don de tout pouvoir aux citoyens alors que la culture gagnerait à être considérée par ces mêmes collectivités comme un levier de développement dans une économie globale.
- L'isolement, la marginalisation voire l'auto marginalisation de nombre d'entreprises culturelles, ce qui ne garantit guère leur soutenabilité. Sans doute ces entreprises sont-elles des entreprises comme les autres, et n'ont –elles en rien à être placées sous une perfusion permanente. Mais elles présentent des caractéristiques intrinsèques qui font que l'aménagement de leur environnement comme leur mise en réseau et en district, contribue à leur soutenabilité. Les problèmes des entreprises culturelles ne sauraient laisser dans l'ombre ceux des artistes, mais ils ne peuvent pas non plu être ramenés à ces seuls derniers problèmes.

Des efforts tels que pôles de compétitivité et mise en réseaux, nouvelles infrastructures et nouvelles formations, contribueront sans doute à faire de ce territoire non plus un pôle entouré d'un hinterland mais un territoire créatif, c'est-à-dire un territoire où quelle que soit la position d'un acteur ou d'un projet, celui-ci peut entrer en résonance et en synergie avec d'autres acteurs et d'autres projets (Document C10). Ce défi francilien n'est pas propre à la culture. Mais il serait anormal de ne pas le relever dans un domaine où l'on s'accorde généralement à reconnaître que les atouts – intangibles – sont mieux distribués que d'autres.

ⁱ Cité dans Molotch (2003), p.55.

ⁱⁱ Jacobs, Jane (2000), *The Nature of Economies*, New York: Random House, 26