

La “classe créative” existe-t-elle ?

Dans la continuité de la table ronde sur la “ville marketing”, Alain Bourdin, sociologue, s’interroge sur la réalité de la “classe créative”, théorisée par l’auteur américain Richard Florida comme l’acteur essentiel du développement économique des villes.

L’ouvrage de Richard Florida *The Rise of the Creative Class* s’est très bien vendu et son auteur est devenu la coqueluche des maires d’Amérique du Nord. Il affirme que la capacité de développement économique des villes dépend de la place qu’y occupe la “classe créative” : “scientifiques, ingénieurs, professeurs d’université, romanciers, artistes, gens du show-business, acteurs, designers, architectes, grands penseurs de la société contemporaine” et professionnels des secteurs “à forte intensité de savoir” (nouvelles technologies, finances, conseil juridique, etc.). La “classe créative” est caractérisée par la Technologie, le Talent et la Tolérance. Cinq indices permettent de définir une ville créative : indices de haute technologie (pourcentage d’exportation des biens et services liés à la haute technologie), d’innovation (nombre de brevets par habitant), de gays, comme représentatifs de la tolérance (pourcentage de ménages gays), de “bohémien” (pourcentage d’artistes et de créateurs) et de talent (pourcentage de la population ayant au moins le baccalauréat). Ces indices permettent d’établir des classements et des stratégies pour y gagner des places, c’est-à-dire pour devenir une “ville branchée”. Comme le dit Florida lui-même, “les villes sans gays et sans groupes rock perdent la course du développement économique”.

Richard Florida commet trois erreurs, vigoureusement dénoncées par ses détracteurs. La première est que les données qu’il utilise sont biaisées (il analyse les villes centres avec des statistiques concernant les régions métropolitaines), imprécises (le champ des professions entrant dans le dénombrement de la classe créative est

trop large /1) et peu discriminantes (les différences entre les villes sont très souvent sans signification statistique). Marc Levine, un universitaire de Milwaukee, parle d’“indices bidon”.

La deuxième erreur est d’associer la classe créative et le développement économique. Les critiques estiment que l’auteur ne prouve rien, et le lecteur impartial reste pour le moins perplexe.

La troisième réside dans l’utilisation du terme “classe”. David Brooks, qui se moque des “bobos”, ou Robert Reich, qui met en garde contre la “sécession urbaine” que pourraient opérer les “analystes symboliques”, parlent à peu près des mêmes gens, mais ils sont plus prudents. La “classe créative” est un conglomerat peu cohérent et peu stable de réseaux (intenses ou faibles), d’individus qui n’ont en commun que les mêmes choix de consommation, et de groupes constitués. Rien ne prouve qu’elle ait une chance quelconque d’exister comme acteur collectif. Ces “erreurs” sont autant de bons “coups” publicitaires : le développement économique serait dépendant d’un acteur urbain cohérent et fascinant puisqu’il associe les activités les plus sérieuses et la marginalité, la culture et la ville “ludique”. De quoi faire rêver. Malheureusement, le dialogue entre chercheurs et décideurs repose trop souvent sur ce type de théories.

Il reste que, si l’on abandonne la question du développement économique, le débat sur la “classe créative” introduit de bonnes questions. Qui peut conduire le changement urbain ? Quels sont les successeurs de l’entrepreneur schumpeterrien, des bourgeoisies volontaristes, des technocrates inspirés, des militants diplômés ? Qui peut faire “bouger” les villes ? L’idée d’une interaction entre des acteurs de l’économie, de l’activité intellectuelle et de la création culturelle est au moins digne d’intérêt. Qui sont les “gentrificateurs” au sens propre, c’est-à-dire ceux qui élèvent le niveau socio-économique d’un morceau de ville en modifiant ses valeurs symboliques (comme au Bas-Montreuil) et non pas par le simple effet du marché, contribuant ainsi de manière décisive au renouvellement urbain ?

Qui, dans la métropole des individus, joue le rôle de l’avant-garde des modes de vie ? Si l’hypothèse qu’il s’agit de la “classe créative” – ou plutôt des “analystes symboliques” – est vraie, ses conséquences sont considérables. | A. B.

1/

Sur un sujet proche, la statistique française des emplois métropolitains est plus précise et plus prudente.

LECTURES



- Alain Bourdin, *La Métropole des individus*, éditions de l’Aube, 2005.
- Richard Florida, *The Rise of the Creative Class. And How it’s Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, New York, 2002.
- Marc V. Levine, “La ‘classe créative’ et la prospérité urbaine : mythes et réalité”, conférence à Montréal, le 20 mai 2004, INRS-Urbanisation, *Culture et Société*, 2004.