

Université du Québec

Institut national de la recherche scientifique

Centre – Urbanisation culture société

**VILLE ATTRACTIVE, VILLE CRÉATIVE : LA PLUS-VALUE DE LA CULTURE AU
REGARD DES « CRÉATIFS » DU JEU VIDÉO À MONTRÉAL**

Par

Myrtille ROY-VALEX

Maître ès arts, M.A.

Thèse présentée pour obtenir le grade de

Philosophiae Doctor, Ph. D.

Doctorat en études urbaines

Programme offert conjointement par l'INRS et l'UQAM

Mai 2010

© Myrtille ROY-VALEX, 2010

Cette thèse intitulée

**VILLE ATTRACTIVE, VILLE CRÉATIVE : LA PLUS-VALUE DE LA CULTURE AU REGARD DES
« CRÉATIFS » DU JEU VIDÉO À MONTRÉAL**

et présentée par

Myrtille ROY-VALEX

a été évaluée par un jury composé de

M. Richard SHEARMUR, président

M. Guy BELLAVANCE, directeur de thèse

Mme Diane-Gabrielle TREMBLAY, examinatrice interne et

M. Alain LEFEBVRE, examinateur externe

RÉSUMÉ

Défendant le parti pris d'une recherche culturelle appliquée qui ne s'interdit pas *a priori* de considérer positivement son objet au service d'objectifs externes ou extra-culturels, ce travail de thèse vise à explorer l'articulation, aujourd'hui opérée autour de la notion de « créativité », entre l'offre culturelle des territoires et leurs capacités attractives durables en faveur d'un redéploiement économique et urbain. Au plan conceptuel, la démarche s'appuie sur les arguments offerts par les théories contemporaines sur les économies régionales pour soutenir l'hypothèse d'un lien entre l'émergence et la concentration géographique en quelques zones urbaines centrales de nouvelles activités industrielles technocréatives et l'animation artistique et culturelle dans laquelle elles se développent. La pertinence et l'originalité de la démarche résident à cet égard dans la tentative de formuler un cadre intégrateur des différentes grilles de lecture en présence, qu'il s'agit ensuite de mettre à l'épreuve des faits.

Le cadre de référence exploratoire est ainsi construit à partir de trois grandes perspectives explicatives, ou intuitions plausibles de recherche, portées par les approches plus récentes du développement économique régional: 1/ des effets de type « milieu », promus par les hypothèses issues du « tournant relationnel » dans l'analyse du développement (socio-) économique urbain : « district créatif », « communautés créatives », « réseaux sociaux d'échanges créatifs »... ; 2 / des effets de « lieu », décrits par des analyses inspirées d'une certaine géographie dite culturelle, d'inspiration phénoménologique, qualitative et sensitive, qui invitent à lier l'aptitude à la créativité à l'expérience même de la ville, dans ses dimensions matérielles mais aussi sensibles et idéelles; 3 / des effets de « culture » (en termes de valeur et d'aspiration), qui reformulent cette fois sous l'angle plus classique de l'économie résidentielle et du marketing culturel urbain, la question de l'incidence de la dimension culturelle du cadre de vie sur l'attractivité territoriale auprès d'activités et de populations « stratégiques ».

La validité des schémas d'explication préétablis est explorée au moyen d'une méthodologie qualitative appliquée à une étude de cas unique : l'industrie du jeu vidéo à Montréal et son personnel « créatif ». Cette entrée méthodologique par le travailleur (le monde quotidien de la vie et du travail) permet de dépasser une réduction de la « ville créative » à des questions de densité urbaine (d'intensité, de diversité et/ou de connectivité), au profit d'une analyse microsociologique qui interroge au plus près de la réalité des acteurs concernés les mécanismes et les critères d'éventuelles rencontres productives entre les différents

« mondes créatifs » qu'articule la ville dense. Pour rendre opératoire le questionnement, l'accent est mis sur (1) la mobilité professionnelle des personnes sur les marchés locaux du travail de création; (2) leur mobilité sociale, c.-à-d leur capacité d'adaptation à des milieux différents afin de pouvoir jouer sur plusieurs scènes et/ou solliciter des réseaux composés de relations plus ou moins élargies; (3) leur mobilité culturelle, définie ici à travers la diversité des goûts et des pratiques culturelles qui marque les formes de participation quotidienne à la vie culturelle « hors les murs »; (4) leur mobilité géographique, appréhendée plus particulièrement sous l'angle des représentations et de la nature de l'attachement à l'espace résidentiel d'adoption.

L'analyse des résultats permet de dégager la cohérence d'un mode ou d'un art d' « habiter » la centralité urbaine, en liaison avec les aspirations à un mode ou à un style de vie centré sur l'activité de création. Cette « territorialité » qui découle des pratiques et des représentations autorise à soutenir empiriquement, tout en les affinant et infléchissant d'une manière significative, deux thèses complémentaires: celle de la valeur d'attractivité appréciable dont est porteur la culture pour les territoires concernés; celle d'un groupe social émergent dont le profil professionnel, culturel et psychologique peut être capturé par la notion de « classe créative ». La démarche d'ensemble permet d'apporter un éclairage scientifique nuancé sur le rôle des arts et de la culture dans la mutation positive des espaces urbains centraux et le dynamisme économique des villes dites postindustrielles. Elle contribue plus largement à l'examen critique d'un discours programmatique en matière de politique publique et de régénération urbaine par la culture, construit sur l'idée d'une « nouvelle économie créative » et les concepts liés: ville créative, industrie créative, classe créative.

Mots clés : régénération culturelle urbaine, géographie économique, ville créative, classe créative, art, jeu vidéo, Montréal, approche qualitative

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce travail de thèse a présenté de nombreux défis et je remercie tous ceux et celles qui ont rendu possible sa concrétisation.

Je tiens à exprimer ma reconnaissance à la direction et au personnel du centre INRS-UCS pour m'avoir donné l'opportunité de réaliser ce travail dans les meilleures conditions possible. Un merci très sincère aux professeurs-chercheurs du programme en études urbaines croisés lors de ma scolarité doctorale, pour m'avoir initiée au vaste et riche champ de recherche multidimensionnel, hybride, qu'est la ville. Merci également au personnel administratif et technique pour son soutien et l'atmosphère agréable qu'il contribue à maintenir au sein du centre. Je m'en voudrais de ne pas souligner les qualités humaines et le dévouement personnel de Ginette Casavant, au SDIS, et Nicole Wragg, au secrétariat.

Je souhaite exprimer ma gratitude au professeur Guy Bellavance, directeur de thèse, pour la confiance accordée et l'autonomie dont j'ai pu bénéficier tout au long du parcours doctoral. Je reconnais qu'une première expérience d'encadrement puisse s'avérer une lourde tâche et je le remercie du temps passé à commenter une version « bêta » de ce travail de thèse. Je lui suis également reconnaissante de s'être laissé convaincre de la pertinence d'organiser un colloque d'envergure sur le thème « des arts, du territoire et de la nouvelle économie ». Tenu en mai 2008, ce colloque a permis des échanges disciplinaires stimulants, qui ont nourri ce travail.

Je remercie très chaleureusement les professeurs Richard Shearmur, Diane-Gabrielle Tremblay, Rémy Tremblay et Frédéric Leriche pour l'intérêt porté à mes travaux et leurs encouragements, même si indirects, à persévérer sur des chemins disciplinaires peu familiers. Je tiens également à remercier les nombreuses personnes rencontrées sur le terrain d'enquête pour leur générosité de temps et de connaissances, ainsi que les assistants de recherche qui ont collaboré à l'une ou l'autre des étapes de la campagne d'entretien. Je suis sincèrement reconnaissante au Conseil de recherches en sciences humaines du Canada et au Fonds québécois de recherche sur la société et la culture pour leur soutien financier sous forme de bourse doctorale au mérite.

Ces remerciements vont enfin à ma famille, mes amis et collègues de bureau, au père de mes enfants pour son soutien moral et... informatique, ainsi qu'à Morganne et Lothaire, nés pendant la réalisation de cette thèse. Un grand merci à mes beaux parents sans qui cette conciliation famille-études n'aurait tout simplement pas été possible. Je clos ces remerciements en dédiant ce travail à la mémoire de ma mère.

TABLE DES MATIÈRES

Résumé	iii
Remerciements	v
Table des matières	vii
Liste des figures	ix
Liste des cartes	ix
Liste des tableaux et graphiques	ix
Introduction générale	1
Chapitre I : La culture au service du renouveau urbain: historique et contexte	25
La culture dans l'action publique des villes	26
Culture et économie, une relation qui n'est pas sans histoire.....	30
L'intégration de la culture aux actions de développement.....	38
De fin à moyen	45
La « nouvelle économie », un nouveau dossier pour la culture.....	50
Conclusion.....	64
Chapitre II : Culture, créativité et ville : mise en perspective théorique	67
La théorie en débat.....	68
Culture et compétitivité : des relations discutables et discutées.....	71
Du nouveau dans la nouvelle économie	85
À l'interface de l'art et de l'innovation technico-industrielle	101
Conclusion.....	128
Chapitre III : Le dispositif méthodologique	133
La stratégie d'enquête	134
La perspective ethnosociologique : une sociologie « immergée ».....	137
Le choix raisonné d'un terrain d'enquête : le jeu vidéo à Montréal.....	145
Les techniques d'investigation : l'enquête qualitative par entretien	165
Les techniques complémentaires.....	184
La démarche d'analyse.....	187
Conclusion.....	190
Chapitre IV : La mobilité sur les marchés du travail de création	193
Une population à première vue mobile et hétérogène.....	195
Des processus d'exclusion sélective.....	200
Avec le temps, une stabilisation sectorielle des parcours	211
Des échappées possibles.....	237
Des manières de vivre et de vivre dans le métier.....	245
Des adversités structurelles.....	251
Conclusion.....	253
Chapitre V : Des pratiques culturelles aux frontières du travail et du loisir	257
Élite culturelle et culture d'élite	259
Univers culturel, univers professionnel	269
Consommation culturelle et pratiques de la ville : deux logiques types	277
La créativité incubée par la ville	291
Conclusion.....	302

Chapitre VI : Attractivité culturelle et mobilité résidentielle.....	305
La mesure statistique.....	310
Les créateurs industriels du jeu vidéo à Montréal : un sous-groupe « exemplaire »...	317
Des choix résidentiels atypiques ?.....	323
Des manifestations aux mécanismes.....	328
Espace, identité, statut.....	340
Conclusion.....	347
Conclusion générale.....	349
Annexe I – Profils de postes.....	375
Annexe II – Lettre d’invitation	377
Annexe III – Formulaire de consentement.....	379
Annexe IV – Guide d’entretien.....	381
Annexe V – Grille de codification (QSR NUD*IST)	385
Annexe VI – Questionnaire	387
Annexe VII – Secteur culturel créatif	389
Annexe VIII – Dimensions de la ségrégation.....	391
Annexe IX – Le Mile End en images.....	393
Bibliographie.....	395

LISTE DES FIGURES

Figure 1. De la spécification sociale du domaine de l'art.....	34
Figure 2. Établissements ciblés	168
Figure 3. Structure fonctionnelle d'un studio	170
Figure 4. Des offres sélectes	205
Figure 5. Une conception dualiste de l'espace résidentiel.....	333

LISTE DES CARTES

Carte 1. RMR de Montréal et municipalité (2001).....	158
Carte 2. Axes et pôles de localisation des activités, Montréal (2005).....	160
Carte 3. RMR de Montréal (2001) : noyau central et couronnes suburbaines.....	312
Carte 4. Ile de Montréal, arrondissements et RTA (2001).....	319
Carte 5. Un profil ségrégatif commun	322

LISTE DES TABLEAUX ET GRAPHIQUES

Tableau 1. Distribution de l'échantillon : employeur, âge, statut civil, scolarité.....	177
Tableau 2. Courbe de distribution selon l'âge	177
Tableau 3. Répartition de la population active, RMR de Montréal (2001)	311
Tableau 4. Une répartition spatiale différenciée.....	315
Tableau 5. Revenus moyen et médian, RMR de Montréal (2001).....	317

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Dans la mesure où l'expression manifeste et la valorisation conséquente de la créativité attirent et encouragent les gens créatifs et stimulent les réflexes créatifs parmi une population, on peut supposer que l'intensité, l'originalité, la diversité et l'impétuosité de la vie culturelle d'une place donnée deviennent un avantage stratégique, sinon un puissant levier de développement.

Louise Sicuro, directrice générale du Secrétariat des Journées de la culture, devant la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, 30 sept. 2005.

Ce travail de thèse est né de la volonté de prendre de front cette question, aujourd'hui souvent soulevée, de l'importance de la vie culturelle d'une place donnée dans la mesure des avantages stratégiques des villes et des régions urbaines. Basé sur une enquête ethnosociologique portant sur l'industrie du jeu vidéo à Montréal et son personnel « créatif », il propose une exploration des liens entre l'offre artistique et culturelle des territoires et les espaces privilégiés de l'émergence d'un nouveau dynamisme économique « techno-créatif ». Questionnant plus spécifiquement l'idée d'une « nouvelle économie créative » et les concepts liés (ville créative, industrie créative, classe créative...), la recherche vise l'examen critique d'un discours programmatique en matière de régénération urbaine par les arts et la culture qui gagne les sphères économiques et politiques des sociétés fortement industrialisées et urbanisées.

En effet, à tort ou à raison, l'attraction et le développement des secteurs d'activités et des catégories d'actifs associés à l'économie dite créative sont perçus par un nombre croissant de villes, de régions et de pays comme un enjeu majeur de leur compétitivité territoriale, renforçant en retour l'enjeu qui pèse sur les stratégies adoptées pour le développement de l'activité de ces secteurs. En dépit des débats entourant sa conceptualisation et sa « mesure », l'économie créative est désormais considérée comme un important domaine de politique en pleine émergence (Gollmitzer et Murray, 2008: 22)¹¹. Envisagée sous l'angle

¹¹ S'il se faisait déjà sentir au départ de cette recherche, l'intérêt pour le paradigme de l'économie créative s'est considérablement développé ces cinq dernières années, tant en Europe, en Amérique du Nord, qu'en Afrique et en Asie du Sud-est, qu'auprès des instances politiques locales, régionales, nationales et supranationales. Il a été formalisé plus récemment à l'échelle de l'Union européenne par un renouvellement de la « Stratégie de Lisbonne pour la croissance et l'emploi » adoptée en 2000, et qui fait désormais de la créativité et de l'innovation son fer-de-lance pour réaliser, d'ici 2010, les objectifs fixés. Plus près de chez nous, un *Forum international sur l'économie créative* témoignait il y a peu de la préoccupation croissante du Canada pour

strict de l'élaboration des stratégies de croissance économique et de développement urbain, cette économie soulève deux grandes questions intimement liées, qui ont directement motivé les orientations données à ce travail de thèse.

La première de ces questions — le choix des secteurs et des catégories d'actifs à cibler — a trait à la délimitation même des frontières de cette économie nouvelle, dont les pourtours épouserait le vaste territoire postmoderne d'une créativité de plus en plus diffuse. La seconde question est celle des mécanismes qui structurent et entraînent, concrètement, l'économie créative. Dans la perspective retenue ici, cette dernière question renvoie plus exactement à la conceptualisation, à la description et à la compréhension des interactions productives et spatiales entre les domaines des arts, de la culture, de la haute technologie et des affaires, qui donneraient forme et consistance, au sein d'un espace géographique donné, à cette nébuleuse économique par essence multisectorielle. Ce chapitre introductif revient sur la manière dont ces questions se posent, pour ensuite exposer dans ses grands traits la position méthodologique, ainsi que la stratégie démonstrative qui structure la présentation de la recherche.

Problématique

Les contours flous d'un territoire économique encore mal cerné

Les incertitudes qui pèsent sur la délimitation des frontières de l'économie créative relèvent à la fois de problèmes de conceptualisation et de problèmes méthodologiques. Le flottement conceptuel des notions est tout d'abord à mettre au banc des accusés. En effet, en dépit de la place centrale que leur accorde l'analyse, les concepts clés de « secteur créatif », d'« industrie créative » ou de « travailleur créatif » demeurent mal définis et largement ambigus. De fait, si on souligne invariablement l'importance croissante des ressources humaines « créatives » dans les sociétés et les économies urbaines contemporaines (Azmiar, 2002; Center for an Urban Future, 2002; Venturelli, 2003, etc.), les chiffres avancés à l'appui demeurent très fluctuants d'une étude à l'autre et leur comparaison difficile. Il en va de même des indications chiffrées du « poids » économique que peut représenter l'économie

cette question (Conférence Board du Canada, 2008), tandis que de nombreuses villes canadiennes (Toronto, Montréal, Kitchener...) ont déjà adopté la notion de « ville créative ».

créative dans l'activité des villes, des régions ou des pays, en termes d'emplois directs comme des performances économiques de ses secteurs et industries².

Plus que des écarts concrets, ces différences de résultats reflètent des écarts concernant les « regards scientifiques » portés sur l'objet de recherche (Daviet, 2008). La disparité des points de vue trouve en partie ses raisons dans la banalisation actuelle de l'idée de créativité bien au-delà du domaine de l'art, qui réactive des divergences idéologiques véhiculées de longue date par les diverses acceptions historiques du concept d'industrie culturelle, depuis sa première formalisation critique par les philosophes de l'École de Francfort (Adorno et Horkheimer, 1974 [1944-1947]). Dans le champ déjà fort vaste et parfois flou de la « nouvelle économie », les concepts construits sur la référence à la sémantique de la créativité prennent ainsi plus souvent qu'autrement des allures de concept parapluie, aux multiples définitions et aux non moins multiples glissements de sens selon la « valeur » — économique, politique, sociale, anthropologique ou plus strictement culturelle — que l'on accorde à la culture (O'Connor, 1999a).

Les définitions sont non-consensuelles et, par ailleurs, ne lèvent pas les ambiguïtés sur ce qui distingue les secteurs de l'économie créative des autres secteurs d'activités économiques (Cornford et Charles, 2001; O'Connor, 2002). Au plan conceptuel, ne peut-on pas dire que toutes les activités humaines recèlent une part de créativité ? Et quand bien même on resserrerait la perspective pour fonder empiriquement l'approche sur la prise en compte de la dimension plus proprement « créative », esthétique ou sémiotique des produits finaux (Scott, 2000; Hesmondhalgh, 2002), les tentatives de classement ne sont guères plus aisées : entre producteurs et consommateurs, entre tel ou tel « usager », à qui revient de déterminer en dernière instance la qualité créative, la valeur expressive ou la fonction symbolique de ces produits ?

À cette imprécision première des concepts, s'ajoute le fait que les chercheurs, faisant le plus souvent un usage abondant des données statistiques officielles relatives aux structures sectorielles de l'emploi, agrègent sous le couvert des industries créatives ou de tout autre

² De manière révélatrice, un rapport produit par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), estime que les industries créatives contribuent à un pourcentage du PIB situé entre 2 et 6%, selon les définitions utilisées par chaque pays (CNUCED, 2008). Ayant pour visée explicite de mesurer la taille de l'économie créative dans toutes les régions du monde, ce rapport souligne la grande variabilité des définitions possibles, reconnaît le caractère largement subjectif de la notion et se pose *in fine* aux premières étapes d'un « *work in progress* » (CNUCED, 2008: 101).

concept popularisé à travers le discours de la « nouvelle économie », des réalités qui sont en fait fortes différentes, que se soit sur le plan des modes de production, de leurs cadres institutionnels, des finalités créatives, inventives ou innovantes du « produit » (Volkering, 2001; Uricchio, 2004; Hesmondhalgh et Pratt, 2005). La transposition au domaine de la création culturelle des notions qui dérivent de l'économie industrielle conduit de fait à faire se côtoyer sans trop de distinction les termes de créativité (artistique), d'inventivité (scientifique) et d'innovation (industrielle)³.

Par conséquent, si la délimitation des frontières de l'économie créative peut trouver sa résolution dans un système de classement sans trop de critères et relativement consensuel tel celui des « industries de contenu », l'exercice se complique au point d'apparaître insoluble lorsque l'identification de ses secteurs vise à tenir compte du statut spécifique du travail et des travailleurs (Lefebvre, 2008). Camouflant l'hétérogénéité des secteurs (culturels et non culturels; de taille et de structure variées, etc.), des emplois (à la nature et au type diversifié de tâches « créatives ») et de la population (artistes et autres créateurs, salariés et intermittents; à employeur unique ou sous le régime du multisalariat, etc.) qu'elles regroupent, les classifications apparaissent souvent là encore servir davantage la rhétorique que l'analyse conceptuelle; du moins, l'insuffisance de données est un problème souligné de façon récurrente.

Allen J. Scott (1997), par exemple, reconnaît vite que les sources de données statistiques auxquelles il a recours permettent ni d'embrasser correctement le secteur tel qu'il le définit, ni de pousser les comparaisons entre contextes nationaux (Scott, 1997: 327). De façon générale, il est d'usage des deux côtés de l'Atlantique de souligner les limites inhérentes aux systèmes standards de classification pour rendre compte adéquatement de l'économie « nouvelle » (Grefe, 1999; Norcliffe et Rendace, 2003; Pratt, 2004; Higgs et Cunningham, 2008a; Markusen *et al.*, 2008). Richard Florida (2002a) est, lui, plus confiant en la valeur de ses données, mais avoue néanmoins la nécessité d'études qualitatives approfondies pour étayer ses propositions; ce que le vif débat autour de l'ascension sociale d'une supposée « classe créative » aura tôt fait de montrer.

³ La propension des promoteurs du paradigme des industries et de l'économie créatives à recourir au terme de « créativité » de préférence à celui de « création » est d'ores et déjà problématique dans la mesure où la créativité renvoie à une qualité ou à une potentialité plutôt qu'à une activité de conception et de production. En ce sens, le terme de « création » s'avèrerait plus juste et méthodologiquement mieux adapté: « *prendre le premier pour le second, c'est confondre la virtualité et la réalité* » (Tremblay, 2008: 84).

Comme le relèvent Menger (2002a) et Gibson (2003) parmi d'autres, la spécificité des secteurs dits créatifs est en fait sans doute moins à chercher dans la spécificité de leurs produits et/ou de leurs logiques productives que dans le fait d'être reconnus plus « culturels » que d'autres secteurs de l'économie. Dans les documents d'orientation traitant de l'économie créative, la conceptualisation de cette nébuleuse économique trouve à n'en pas douter sa cohérence première dans la pensée opérationnelle des décideurs et des professionnels, une « vision » instrumentale, stratégique et normative, visant d'abord à offrir un cadre pour l'élaboration de politiques. Or — et c'est là une idée que je voudrai soutenir — cette dimension stratégique et normative de l'économie créative n'est pas sans le risque de conduire à une chosification des industries créatives, opérant au détriment d'une réflexion sur la place que la représentation de ces industries occupe plus largement dans le social et, partant, d'une pleine compréhension dont celles-ci opèrent. En tout état de cause, le bilan actuel des recherches montre la nécessité d'études méticuleuses avant de procéder aux généralisations. Comme le signalait encore dernièrement le texte introductif d'un numéro thématique consacré à la géographie de l'économie créative, ses entreprises et ses industries :

[...] the industrial structure of the creative industries needs to be addressed to acknowledge the heterogeneity of creative domains, while the spatiality of the creative class and creative industries is also central to the debate. [...] The critical engagement with the creative industries and related literatures demands an empirical approach, as this is precisely what has been missing. (Vorley, Mould et Smith, 2008: 103).

Vers de nouvelles attractivités territoriales ?

Prolongeant l'interrogation sur les contours de l'économie créative, une seconde question d'importance relative aux stratégies à adopter pour assurer le virage vers cette économie est celle des éléments de l' « offre territoriale »⁴ adaptée à ses besoins. Cette question se pose avec une acuité particulière au regard de la logique singulière du déploiement spatial

⁴ De plus en plus utilisée dans l'espace francophone par les praticiens de l'aménagement et du développement des territoires, la notion d' « offre territoriale » fait débat dans les milieux académiques. Elle sera entendue tout au long de ce travail dans son acception la plus large, c.-à-d. comme « un ensemble de caractéristiques socio-économiques d'un territoire ayant un impact plus ou moins direct sur l'accueil et le maintien des activités économiques. Il peut s'agir d'éléments très hétérogènes : caractéristiques physiques d'un territoire, infrastructures (au sens le plus large), caractéristiques démographiques, structure du tissu économique, compétences en matière grise et en recherche, politiques fiscales et d'incitations financières, qualité des interdépendances locales et intensité de l'animation locale » (Ernst et Young (2002), cité dans : Thiard (2005: 19). Comme on le verra, le flottement conceptuel propre à la notion et son caractère ambivalent ont le mérite ici d'interroger les limites d'une approche, plus ancienne et couramment usitée, en termes d' « attractivité territoriale » et c'est dans cet esprit qu'elle est retenue.

industriel. En effet, des travaux aujourd'hui nombreux signalent la forte propension des secteurs faisant commerce d'une « innovation-créative » (haute technologie, médias, produits culturels, etc.) à se concentrer géographiquement sur une fraction réduite de territoire, en particulier au sein ou au pourtour des zones centrales de quelques grandes agglomérations urbaines. Des logiques spatiales sélectives en faveur du cœur historique des villes centres apparaissent s'avérer avec force lorsqu'on considère plus spécifiquement la distribution géographique des activités de conception et, notamment, lorsque ces activités marient compétences technologiques et artistiques: conception de sites web et médias interactifs, cinéma d'animation 3D, effets spéciaux numériques, jeux vidéo et sur ordinateur...(Helbrecht, 1998; Norcliffe et Eberts, 1999; Manzagol, Robitaille et Roy, 2000; Pratt, 2000; Scott, 2000; Hutton, 2008, etc.).

Ces activités économiques à fort contenu technologique et de création sont communément associées dans la littérature scientifique et non-scientifique aux industries et entreprises des « nouveaux médias » (*new media*), du « multimédia » ou, plus récemment, aux industries et entreprises « technocréatives ». C'est cette dernière appellation qui sera privilégiée tout au long de ce travail, en raison de sa parenté sémantique avec l'imagerie d'une nouvelle économie créative, qui serait portée par les évolutions les plus récentes des technologies de communication et de l'information⁵. Largement motivé et justifié par les hypothèses liées de la montée de la « nouvelle économie » et de la « société de la connaissance » (*knowledge based society*), le positionnement sur ces nouveaux créneaux technologiques est vu dans différents pays comme l'occasion de mettre un pied dans le futur, ainsi qu'une opportunité de développement au cœur d'anciennes villes industrielles en déclin ou en reconversion. Au Canada, et plus particulièrement à Montréal, le multimédia a ainsi fait l'objet d'une attention et d'une promotion toutes spéciales de la part des principaux décideurs politiques, associés à travers une gamme de programmes fort généreux de création d'emploi et de projet de redéveloppement urbain⁶.

⁵ C.-à-d. la capacité nouvelle de diffuser via IP (protocole Internet), la capacité accrue des machines (pour les jeux électroniques, surtout), ainsi que la miniaturisation (*iPod*, consoles, téléphones).

⁶ Industrie Canada, l'un des principaux agents de cette mobilisation au pays, fait d'emblée du multimédia une composante des « nouvelles industries du savoir » ouvrant « la voie à la création de plusieurs milliers d'emplois et au développement du commerce canadien dans une économie mondialisée » (ACNielsen et DJC Research, 1999: 1). Plus récemment, un rapport de l'OCDE reconduisait l'idée communément admise : « Le contenu numérique s'impose comme l'infrastructure créative de base qui sous-tend l'économie du savoir et qui se trouve au cœur des activités dans les domaines de la santé, de l'éducation et de la culture [...]

Sans doute, plusieurs forces centripètes et centrifuges sont à l'origine du double processus de concentration et de polarisation des activités productives vers une nouvelle organisation des espaces urbanisés, et une variété de facteurs est susceptible d'intervenir, de manière directe et indirecte, dans la localisation de ces activités. Dans l'évaluation de ces facteurs, divers travaux théoriques et empiriques suggèrent aujourd'hui l'existence d'une relation positive entre l'offre artistique et culturelle des territoires et leurs capacités attractives durables en faveur d'un redéploiement économique et urbain. L'hypothèse trouve un premier point d'appui dans l'observation statistique des comportements de localisation des activités technocréatives – firmes et travailleurs – au sein d'environnement urbain à haute densité artistique (Florida, 2001, 2002a, 2002c; Marlet et Van Woerkens, 2005; Andersen et Lorenzen, 2007; Boschma et Fritsch, 2007; Chantelot, 2009). Si le constat de corrélation ne peut suffire à établir une preuve d'imputabilité causale, il mène à questionner la contribution du développement culturel au développement économique local. Comme le résume l'économiste français Xavier Greffe:

Les dotations culturelles peuvent sécréter une certaine activité, laquelle apparaît alors comme un facteur favorable à la venue d'autres activités. On retrouve ainsi les composantes de la nouvelle économie géographique selon laquelle l'existence de zones de haute densité conduit à attirer de nouvelles activités, d'origine interne ou externe au territoire considéré. L'enjeu est alors de montrer s'il existe un lien entre ces zones de développement et la présence d'actifs et d'activités culturelles. (Greffe, 2006: 11).

Or, si l'on se fie aux écrits traitant de la question, la mise à jour de ces liens ne saurait se réduire à une problématique simple en termes d'attractivité territoriale, c.-à-d., selon l'acception usuelle, à la capacité d'un territoire à attirer l'implantation de facteurs de production (capital, main-d'œuvre, entrepreneurs), dans un contexte de mobilité croissante au plan national et international. En effet, avec pour principal cadre de référence la modélisation de l'économie des biens culturels élaborée par David Throsby (Throsby, 2001), de nombreuses publications récentes, qu'elles émanent de chercheurs ou d'institutions officielles, proposent de voir les arts, les artistes et les activités économiques des arts professionnels aux premiers maillons de la chaîne de valeur des industries créatives, sinon au centre radiant d'une créativité diffuse dont bénéficierait l'ensemble de l'économie. Dans cette perspective, la présence significative des arts et des artistes dans la ville n'apporterait pas uniquement une valeur ajoutée à des espaces de consommation et au bien-être en ville,

Aujourd'hui, de nombreux pays de l'OCDE voient dans les industries de contenus numériques un important facteur de compétitivité internationale ». (OCDE, 2006: 7).

mais serait également une ressource pour la production dans de nouvelles activités économiques industrielles⁷.

Cette modélisation de l'économie créative supporte du côté des théories contemporaines sur les économies régionales l'hypothèse plus générale de la « mise en synergie » des activités créatrices sur un espace géographique donné, hypothèse dont la popularité est attestée aujourd'hui par la mobilisation d'une didactique conceptuelle similaire (quartiers, villes, districts, clusters culturels/créatifs) pour la formulation de politiques de développement local et d'aménagement du territoire urbain. Si ces concepts et notions ont en commun de promouvoir l'idée selon laquelle un territoire de l'art n'est pas sans capacité d'attraction à distance, ils suggèrent qu'il ne serait pas non plus sans impact positif sur l'environnement productif immédiat, pérennisant l'avantage comparatif à travers une logique de développement endogène (la construction d'une base locale d'activité, des facteurs endogènes spécifiques...). En d'autres termes, une masse critique de population, d'organismes et d'animations artistiques aurait un rôle significatif dans la mise en forme et le fonctionnement d'un « écosystème local de l'innovation »⁸ à fort contenu technologique et de création, au même titre que d'autres « agents catalyseurs » plus classiques (autorités et organismes publics de soutien, institutions financières et investisseurs, établissements d'enseignement...). Ces zones industrielles à succès joueraient en retour un rôle d'attracteur de main-d'œuvre et d'investissement étrangers sur les secteurs porteurs d'avenir, ainsi que de frein au nomadisme des activités, firmes et travailleurs.

⁷ On aura compris que la notion d'industrie n'est pas ici à entendre dans son sens classique. Dans le langage économique courant et au sens moderne du mot, fixé à la fin du 19^e siècle, les entreprises industrielles sont associées de façon limitative aux activités économiques ayant pour objet l'exploitation ou la transformation de matières premières et la production des produits finis. Elles se définissent par opposition aux activités de services (le tertiaire) qui, quant à elles, ne se concrétisent pas par un bien matériel mais correspondent davantage au « produit de l'activité humaine ». La catégorie « industrie » tend à s'élargir à partir du milieu du siècle dernier, à la faveur d'un brouillage progressif des frontières sectorielles : à l' « industrialisation du tertiaire » répond une industrie qui se « servicialise » (Bernard, 2003: 503). L'apparition récente de la catégorie « industries créatives » est certes révélatrice de cette classification devenue délicate entre industries et services. Parfois classés en « secteur quaternaire » pour les différencier du tertiaire, les industries dites high-tech (technologies informatiques, aérospatiale, bio-industrie, etc.) et les services très sophistiqués (recherche et éducation de pointe, conseil stratégique, ingénierie financière, conception avancée, etc.) sont communément identifiés à la sphère de cette économie créative, dans laquelle les moyens humains et immatériels tendent à prédominer sur les moyens matériels et financiers.

⁸ Selon une définition assez générale, « l'écosystème de l'innovation est l'ensemble des acteurs et des instruments qui contribuent au développement de la recherche et de l'innovation (interactions, conditions cadres, politiques publiques) ». Cette définition est reprise notamment en France par le Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche : <http://forums.snri.enseignementsup-recherche.gouv.fr/spip.php?article8>.

Le succès de ces hypothèses auprès des décideurs publics, des industriels mais aussi d'une communauté scientifique élargie s'est traduit par des initiatives multiples et diverses qui promeuvent, dans l'entreprise comme sur le territoire, le dialogue des arts et des sciences ou, plus justement, des arts et des techno-sciences (Century, 1999; Jennings, 2000; Mitchell, Inouye et Blumenthal, 2003; Lyman, Wills et Jack, 2008). Dans de nombreuses villes américaines et européennes aspirantes au titre de « ville créative », des structures institutionnelles, le plus souvent financées par les deniers publics, ont explicitement pour mission ou objectif le développement de ces interactions et maillages « trans-sectoriels » entre la recherche-crédation en art et l'industrie techno-crédative, tandis que des projets de régénération urbaine par la culture témoignent de nouvelles orientations données aux politiques d'aménagement en vue de favoriser sur le territoire de telles « rencontres productives », selon la terminologie des tenants de l'économie territoriale (Colletis et Pecqueur, 1993).

À titre d'exemple pour le cas montréalais, l'Alliance NumériQC, la Société des arts technologiques (SAT), Hexagram et Elektra sont de ces organisations qui œuvrent avec un pareil mandat, tandis que la Cité du Multimédia, puis le Quartier des spectacles constituent les exemples paradigmatiques locaux de ces projets de renouvellement urbain qui se proposent de soutenir la production d'environnements créatifs hybrides en vue d'inciter la venue d'entreprises, d'hommes et de capitaux, mais aussi de générer, sur une base endogène, les ressources propices à la créativité puis à l'innovation⁹. Comme le relevait encore récemment Alain Lefebvre, chercheur spécialiste en géographie-aménagement:

Rien ne prouve évidemment qu'une activité de production ou de diffusion issue du champ artistique induise automatiquement des interactions positives pour la mise en

⁹ Échafaudé dans la foulée du Sommet de Montréal de 2002 sur un partenariat public-privé, le projet du Quartier des spectacles consiste à revitaliser un quadrilatère situé dans la partie est du centre-ville. Il a pour but avoué un meilleur positionnement international de la métropole québécoise, en établissant sa réputation en tant que « foyer de création » et « destination culturelle ». L'« actif culturel » du territoire (ici, les arts, la culture et une université) est également mis à profit pour mousser Montréal comme une ville où il fait bon vivre et travailler (Partenariat du Quartier des spectacles *et al.*, 2004). Pour une réflexion critique sur ce projet de régénération urbaine par la culture et sa « mise en plan », voir : Noppen et Morisset (2004). La Cité du Multimédia est, pour sa part, un important projet de parc technologique urbain visant à jumeler aux bénéfiques sectoriels attendus d'un technopôle (synergies induites en matière de dynamiques de transfert de technologie, mutualisation de l'innovation, réduction des coûts...) la requalification de la partie sud du centre-ville et les espaces industriels dégradés du Vieux-Port de Montréal, par l'implantation d'entreprises œuvrant dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Au départ du projet, la volonté est de faire un quartier essentiellement voué aux artistes et au multimédia. Sur les rouages de ce projet analysés en termes de gouvernance territoriale, voir la thèse doctorale de Bordeleau (2003).

mouvement du territoire concerné, mais ce rôle incitateur est très largement reconnu, même s'il est difficile à mesurer (Lefebvre, 2008: 350).

Peut-on associer dynamisme culturel et dynamisme économique du territoire ? Existe-t-il un lien solide entre le développement artistique d'une ville et sa capacité d'innovation dans le domaine de la haute technologie? Par quels mécanismes et sous quelles conditions la proximité au patrimoine et à la création artistique peut-elle bénéficier aux entreprises industrielles technocréatives qui s'agglomèrent au sein de certaines zones centrales des villes de tradition industrielle ? C'est à partir de ces questions qu'a été élaboré le cadre conceptuel et méthodologique utilisé pour la conduite de ce travail de thèse.

Position méthodologique

La culture comme catalyseur de la créativité innovante

Dans la mouvance des travaux de Colletis et Pecqueur (1993) sur la transformation des ressources du territoire en actifs spécifiques, de nombreux spécialistes, majoritairement actifs dans l'espace francophone de la recherche, interrogent aujourd'hui la culture en tant que « ressource territoriale » (Camagni, Maillat et Matteaccioli, 2004; Crevoisier et Kebir, 2004; Landel et Pecqueur, 2004, etc.). Cette notion, plus particulièrement développée dans le cadre des travaux du Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs (GREMI), pointe la question de l'ancrage des activités économiques par le jeu de processus de révélation (d'identification) et de valorisation (de mobilisation) des ressources territoriales dans une logique productive. Dans cette perspective, la culture est appréhendée à la fois comme un objet-ressource produit par le territoire et mobilisable par les acteurs économiques, et aussi comme un élément intervenant dans les processus mêmes d'identification et de mobilisation des ressources (Landel et Pecqueur, 2004). Les recherches se sont principalement focalisées sur la valorisation du patrimoine culturel ou sur la culture « patrimonialisée » dans les secteurs traditionnels (l'artisanat, l'architecture, l'agriculture, le tourisme...), adoptant bien souvent une approche en termes de terroir. Ce travail de thèse se distingue de ces recherches en se proposant d'étudier la question à l'aune des problématiques et des enjeux de la « ville créative », en tant que mode ou modèle de développement urbain.

Popularisé dans les pays anglo-saxons à compter de la fin des années 1970, ce concept de ville créative enjoint aujourd'hui à opérer « *un virage conceptuel de l' « économie créative » à l' « écologie créative »* » (Gollmitzer et Murray, 2008: 29). Dans un rapport de recherche

universitaire produit pour la Conférence canadienne des arts, Gollmitzer et Murray émettent plus exactement la recommandation suivante :

Un cadre stratégique plus vaste connu sous le nom d'approche d'« écologie de création » est requis, lequel repose sur les concepts d'urbanisme des « villes créatives » et la nouvelle manière de penser au sujet du rôle de l'infrastructure culturelle publique et privée dans la mise en place d'un milieu dans lequel la créativité peut s'épanouir. (Gollmitzer et Murray, 2008: 3)¹⁰.

Dans une perspective de régénération urbaine et de développement des territoires, l'enjeu est surtout peut-être de comprendre de quelle façon cohabitent et interagissent, dans la plupart des villes, l'art subventionné et l'industrie culturelle, la culture et le divertissement, la créativité individuelle et l'innovation industrielle. Nous faisons assurément face en la matière à des « écologies créatives » complexes, qu'il vaut mieux bien saisir avant d'en bouleverser l'équilibre. S'inscrivant dans cet ordre général de préoccupations, le problème spécifique à la base de ce travail consiste à développer une réflexion sur l'apport de la vie culturelle d'une place donnée à l'écologie urbaine de la « ville créative », entendue comme catégorie particulière d'écosystème local de l'innovation¹¹. Envisagée sous l'angle d'un lien entre la colocalisation d'activités « créatives » à l'échelle intra-métropolitaine, l'émergence de nouveaux espaces productifs urbains et les spécificités du territoire d'implantation, la question centrale est bien ici de savoir comment la présence significative d'actifs et d'activités culturels dans les espaces urbains centraux des villes de l'industrie traditionnelle peut entrer dans les composantes mobilisables d'une offre territoriale attractive et performante pour l'accueil et le développement de nouvelles activités industrielles technocréatives ? Et de quelle « culture » est-il question au juste ?

¹⁰ Les auteures attribuent la paternité de la notion d'« écologie de création » à Tom Fleming, directeur de Tom Fleming. Creative Consultancy, une agence britannique de consultation très active auprès des milieux politiques.

¹¹ « Catégorie particulière » puisque le concept de ville créative interroge à nouveaux frais la problématique classique des « territoires innovants ». Il le fait, tout d'abord, en incitant à dépasser d'autres approches plus courantes ou plus anciennes de la géographie territoriale qui s'intéressent à l'émergence d'un nouveau système de production capitaliste essentiellement organisé selon des rapports interactifs « Science-Technologie-Marché ». Le concept de ville créative, quant à lui, vise à « capturer et à définir la puissance des interactions entre les secteurs industriels, scientifiques *et* artistiques », concomitantes à l'affirmation d'un régime de concurrence fondé sur l'innovation dans un environnement mondialisé (Cohendet *et al.*, 2009: vi. Les italiques sont des auteurs). Dans cet esprit, l'innovation industrielle (de produits, de procédés, de marchés...) sera entendue comme l'application réussie dans le domaine économique et commercial de quelque chose de nouveau, que cela découle d'une invention ou d'une découverte (scientifique), aussi bien que d'une création (artistique).

S'il s'agit d'interroger la culture comme ressource territoriale d'une stratégie urbaine en contexte de « nouvelle économie », on aura compris également qu'il s'agit de mettre l'accent sur la situation des « arts » (au sens strict) plutôt que sur celle de la « culture » (au sens large), bien qu'on ne puisse si facilement séparer les arts de la culture, et qu'il reste beaucoup de confusion de l'un à l'autre. Au plan analytique, cela implique d'abord de prendre acte de l'invention historique d'un pôle « légitime » de la culture, arc-bouté sur une pratique restreinte de la production culturelle au champ des arts et des lettres (opéra, ballet, poésie, littérature, peinture...), traditionnellement soutenue par les fonds publics ou, du moins, soustrait en partie à la régulation du marché et à la loi de l'offre et de la demande¹². L'option analytique se justifie par sa double pertinence scientifique et sociale : l'identification d'une fonction économique nouvelle à cette culture « restreinte », si elle est vérifiée, ne pourrait en effet qu'avoir des répercussions majeures sur la manière de penser l'« économie créative » des villes, mais aussi sur la conduite de l'intervention publique en matière culturelle, du point de vue des pratiques, des discours, des dépenses et des objets.

Or, tel qu'il a été tenté de le montrer en supra, la promotion actuelle de ladite économie créative tend à se faire en englobant sous un même couvert épistémologique flou ce qui relève notamment d'un segment commercial et d'un segment non (directement) commercial de la production culturelle. Arrivant au même constat, les auteures d'un récent bilan de la recherche sur le thème des arts et des industries créatives soulignent qu'en outre: « *even where writers claim to be looking at « the arts » and innovation, their work often focuses on creative services such as design and advertising, rather than on the arts per se* » (Oakley et Sperry, 2008: 64). Dans la recherche portant sur l'économie créative et ses territoires, ce principe général souffre quelques exceptions notables.

¹² Dans cet esprit, on distinguera les pratiques artistiques relevant du domaine de la production indépendante en arts numériques de celles relevant du secteur commercial au sens large du terme (artisanat, industrie, commerce) voué aux nouvelles technologies et à la création assistée par ordinateur. Suivant la définition usitée par le Conseil des Arts du Canada, la production artistique indépendante est « une production sur laquelle le directeur ou l'artiste conserve le plein contrôle créateur, artistique et éditorial ». Elle s'inscrit en parallèle d'une production soumise aux logiques du marché des industries dites culturelles ou créatives (Conseil des Arts du Canada, 2005). On ne saurait bien sûr déduire de là une opposition idéalisée entre art et commerce : d'un côté, la production culturelle marchande est le résultat d'un équilibre entre des considérations artistiques et commerciales, de ce qui fait « art » et de ce qui fait « commerce » (Negus, 1995), tandis que de l'autre, les instances de légitimation aussi bien que les scènes de valorisation de la création numérique peuvent osciller entre différents « mondes » et marchés culturels, scientifiques et industriels (Fourmentraux, 2005). On considérera néanmoins que, du moment où la production artistique indépendante répond prioritairement à d'autres logiques (personnelle, sociale, politique...) que la logique scientifique ou marchande, son économie d'ensemble ne peut être que différente.

Publiés ces derniers mois, deux ouvrages collectifs font place à un questionnement sur l'apport des arts et des artistes à l'économie créative des villes : *Spaces of vernacular creativity. Rethinking the cultural economy* (2009), sous la direction de T. Edensor, D. Leslie, S. Millington et N. Rantisi (Londres et New York: Routledge) et *Creative Cities, cultural clusters and local economic development* (2008a), sous la direction de P. Cooke et L. Lazzeretti (Cheltenham et Northampton: Edward Elgar Publishing). La contribution plurielle du secteur traditionnel des arts au développement urbain et régional est explorée plus avant par l'économiste états-unienne Ann Markusen et ses collègues, dans une série de recherches et d'articles récents cherchant expressément à mettre en exergue le « dividende artistique » des villes, c.-à-d. « *the additional economic impact that would not occur without the presence of artists* » (Markusen et Schrock, 2006: 1662).

Privilégiant une entrée par les « métiers », Markusen et King (2003) mettent ainsi de l'avant trois grandes raisons pour voir dans un milieu artistique dynamique une source importante d'accroissement de la vitalité économique d'une ville ou d'une région urbaine : 1/ les artistes (en l'occurrence, artistes du spectacle, artistes visuels, écrivains et musiciens professionnels) contribuent à l'économie urbaine par une exportation directe de leur travail et de leurs services à l'extérieur de la localité d'implantation; 2/ la présence de ces artistes stimule la créativité des autres créateurs, mais aussi « améliore la conception, la production et le marketing de produits et services des autres secteurs du marché ». Cela se fait, d'une part, en stimulant l'innovation de la part de leurs fournisseurs et, d'autre part, en monnayant sur le marché local du travail leurs compétences et idées « créatives » au profit de divers secteurs de l'économie; 3/ enfin, l'activité artistique améliore la capacité des employeurs de « recruter des employés de premier niveau » (*top-rate employees*). Ces propositions seront reprises et développées (Markusen, 2004a; Markusen, Schrock et Cameron, 2004; Markusen *et al.*, 2006; Markusen et Johnson, 2006). Elles trouvent un certain écho plus près de chez nous, dans un ensemble de recherches, également très récentes, conduites sous l'égide de Diane-Gabrielle Tremblay (Pilati et Tremblay, 2008; Tremblay et Pilati, 2008a; Tremblay et Pilati, 2008b).

Si ces travaux, parmi d'autres, suggèrent de possibles « complémentarités stratégiques » entre la production industrielle (techno)créative et la vie artistique et culturelle sur le territoire d'implantation, l'hypothèse est plus explicitement formulée par un groupe de chercheurs italiens, rassemblés autour d'un économiste de la culture, Pier Luigi Sacco (Sacco, Ferilli et Lavanga, 2008; Sacco, Blessi et Nuccio, 2009; Sacco et Segre, 2009). Dans un chapitre d'ouvrage collectif paru en 2009, Sacco et une collègue reprennent à leur tour l'esprit

général de la modélisation de l'économie des biens culturels proposée par Throsby (2001), pour établir la « chaîne de valeur » des activités faisant commerce d'une innovation-créative¹³. Sur ces bases, ils posent en axiome : « *the pure cultural artistic dimension of the district, and the creativity diffusion process which arises from it, represent the key explaining factors of culture-led economic development* » (Sacco et Segre, 2009: 281). Croisant les propositions de Richard Florida sur l'attractivité culturelle des territoires avec, notamment, une approche en termes de *cluster* ou de grappe industrielle (Porter, 1990), la réflexion s'inscrit plus résolument dans les prolongements de la théorie devenue classique des « districts industriels » à l'italienne (avec les intérêts et les limites d'une telle grille d'analyse), ne se donne que rarement à lire autrement qu'en italien et en est encore, selon les dires mêmes de ses auteurs, à ses débuts.

De fait, en dépit d'une propension à thématiser les arts et la culture comme facteur d'attractivité territoriale et catalyseur de la créativité innovante des firmes, des territoires et des individus, la question des mécanismes d'échanges localisés et les va-et-vient qui s'établissent entre les différents segments ou sphères d'activités créatrices demeure encore peu approfondie ou problématisée. D'autant plus, on peut le penser, que rares sont les chercheurs à avoir examiné les contours de l'économie créative en prenant comme point de vue privilégié l'espace « micro-social » des travailleurs plongés au cœur même de cette économie; en faisant intervenir les perspectives et les représentations de ces professionnels dits créatifs, leur expérience quotidienne, le sens, notamment, qu'ils donnent à leur activité¹⁴. Par conséquent, il est permis de croire que les interactions et maillages trans-sectoriels entre les différents « mondes créatifs » qu'articule la ville dense est un processus dont on a pu mal

¹³ Formalisée sur le plan théorique et popularisée à la fin des années 1980 par l'économiste Michael Porter, l'expression « chaîne de valeur » est utilisée de manière générale pour désigner la « séquence d'activités au cours de laquelle la valeur d'un nouveau produit ou service s'accroît à mesure qu'il passe de l'invention à sa distribution finale ». (Keeble, (2008: 182), citant Botkin et Matthews (1992), *Winning Combinations: The Coming Wave of Entrepreneurial Partnerships Between Large and Small Companies*, New York: John Wiley & Sons, Inc.).

¹⁴ Une abondante littérature explore les modes et les formes d'organisations productives qui permettent de développer les capacités créatives et concurrentielles dans l'entreprise comme sur le territoire. La dynamique même du travail des innovateurs demeure en comparaison relativement peu étudiée. Ce constat a motivé dernièrement la réalisation d'un ouvrage universitaire (Midler, Minguet et Vervaeke, 2009), visant à faire le point sur le rôle de ces « professionnels de l'innovation », en l'occurrence ingénieurs, concepteurs, chercheur, responsable marketing et chefs de projet. La question apparaît formulée en des termes similaires dans une seconde recherche collective, conduite cette fois sous forme monographique (Halbert *et al.*, 2008). Cette étude, rendue publique après une première mise en forme de ce travail de thèse (Roy-Valex, 2006), est, à ma connaissance, celle qui oriente la problématique au plus près des questionnements théoriques et méthodologiques soulevés ici.

juger l'ampleur et la portée, et dont il mérite d'éclairer, à partir des « créatifs » eux-mêmes, les mécanismes et les critères.

C'est en privilégiant cette entrée par les travailleurs (le monde quotidien de la vie et du travail), plutôt qu'une entrée par l'entreprise, le secteur ou, encore, le territoire, que la question de la complexité plurielle de l'économie créative dans ses articulations spatiales et productives sera ici posée. Cela ne veut pas dire pour autant que ces autres dimensions soient délaissées par l'analyse, au contraire. En partant du principe selon lequel un attribut du territoire ne devient une ressource qu'à partir du moment où il est reconnu comme tel¹⁵, le postulat de départ veut que le « créatif » joue un rôle d'intermédiaire stratégique dans les processus de mobilisation des ressources culturelles hétérogènes présentes dans la ville (d'activation de ses potentialités) et, plus largement, dans la circulation, la transmission et la « commodification » de la créativité artistique en biens et services commerciaux. Dans cette perspective d'analyse, l'investigation empirique a pour point de départ le « travailleur créatif », ses conditions d'activités, le sens qu'il donne à son activité, aussi bien que les espaces sociaux et territoriaux au sein desquels il s'inscrit et qu'il participe à construire.

L'entrée analytique fait ainsi place à une réflexion sur l'espace (ses ressources) et la manière de pratiquer les lieux, pertinente pour appréhender plus largement la question de l'offre culturelle territoriale comme facteur susceptible de conditionner l'attractivité et la performance économique des villes en contexte d'« économie créative ». Par un positionnement centré sur l'individu et le recours à une épistémologie plus compréhensive qu'explicative, l'approche permet d'enrichir le débat sur ces questions, en introduisant aux côtés de l'explication habituelle des capacités créatives des villes par la notion d'urbanité et ses corollaires – densité, intensité, diversité, connectivité (Knudsen *et al.*, 2008) – des éléments relativement peu mis en avant, à savoir des facteurs de représentations et de pratiques « contextualisées », liés à un milieu géographique, historique, social, culturel... L'objectif principal consiste alors non pas tant à déterminer si l'offre artistique et culturelle exerce une influence décisive – ou pas – sur les capacités technocréatives des firmes et du territoire, mais bien plutôt à décrire et à comprendre, à partir des pratiques et du point de vue des premiers intéressés, les mécanismes et les critères par lesquels cela est possible.

¹⁵ « [...] c'est le processus et non l'existence matérielle préalable qui révèle et crée la ressource » (Pecqueur, 2003: non paginé).

Cadrage théorique

Ce travail de thèse s'inscrit dans les réflexions actuelles autour de la notion de « ressource culturelle territoriale ». Un questionnement en ces termes restera toutefois le plus souvent volontairement implicite, dans la mesure où il ne reposera pas sur l'application systématique d'une grille d'analyse préétablie (qui, par exemple, ferait jouer les découpages en ressources génériques (substituables) et spécifiques, disponibles / latentes ou, encore, intentionnelles / non-intentionnelles). La notion de ressource culturelle territoriale est une notion émergente et dont le contenu n'est pas encore stabilisé¹⁶. Aussi, il a semblé préférable d'opter au départ de la recherche pour une interprétation libre de cette notion et une définition peu restrictive du sens qui lui est donné.

Dans cet esprit, le référentiel théorique de départ est construit autour d'un ensemble de propositions issues des approches plus récentes ou renouvelées du développement économique régional. Ces propositions ont en commun d'autoriser à penser les espaces urbains de la ville dense en tant que territoires de « fertilisations croisées », de « synergies créatrices » et autres « externalités positives de proximité » générées grâce à la contiguïté spatiale des arts, de la culture, de la haute technologie et du monde des affaires (les « entreprises »). Cette incursion disciplinaire du côté des théories contemporaines du développement régional est commandée par la nature même du questionnement de départ, propre à une approche en termes de localisation industrielle et d'ancrage territorial (Qui va où et pourquoi ? Que faut-il sur un territoire pour que l'entreprise et la main-d'œuvre n'en partent pas ?). En introduction à leur démarche, les auteurs d'une étude portant sur l'émergence et le fonctionnement d'un pôle technologique dans une région métropolitaine (la Cité scientifique Île-de-France Sud) soulignent de façon juste que:

L'analyse de ces processus peut relever de trois types d'approches : une approche de type industriel, une approche de type urbain et une approche de type territorial. Si les trois approches ont chacune leur pertinence, la première s'en tient essentiellement aux facteurs génériques de localisation et d'organisation industrielle, tandis que la seconde voit dans la grande ville un contexte général favorisant l'innovation. La troisième enfin

¹⁶ Vis-à-vis la matière qui fait ressource, les processus et mécanismes de son passage à l'état d'actif, aussi bien que le type d'acteurs territoriaux à considérer. En témoignent notamment les débats nourris sur ces questions lors de trois colloques réunissant géographes et économistes : "La notion de ressource territoriale" (UMR PACTE, CERMOSEM, Université Joseph Fourier, Le Pradel (France), 14-15 octobre 2004); "Villes et territoires face au défi de la mondialisation" (41ème Colloque de l'ASRDLF, Dijon (France), 5-7 septembre, 2005); « Les dynamiques territoriales. Débats et enjeux entre les différentes approches disciplinaires » (43ème Colloque de l'ASRDLF, Grenoble-Chambéry (France), 11,12 et 13 juillet 2007).

permet de préciser plus finement de quels territoires est constituée la métropole et si des logiques territoriales d'innovation apparaissent en certains d'entre eux (Cohen, Decoster et Tabariés, 2002: 1).

Il ne s'agira pas de débattre dans le cadre de cette thèse des grandes écoles et des perspectives théoriques dominantes permettant d'expliquer au mieux les regroupements géographiques polarisés de l'activité productive et l'organisation spatiale de cette contiguïté. Si de telles questions seront abordées, cette thèse ne se veut ni une thèse en science régionale ni une thèse de géographie économique. La réflexion s'inscrit dans le champ interdisciplinaire des études urbaines en général, et dans celui de la recherche culturelle en particulier. Dans cet esprit, le champ d'investigation est volontairement resserré au profit d'un examen transversal des arguments offerts par les théories sur les économies régionales pour soutenir l'hypothèse spécifique d'un lien entre l'offre artistique et culturelle des territoires et les espaces privilégiés de l'émergence d'un nouveau dynamisme économique « technocréatif ». À cet égard, les propositions avancées par Richard Florida (Florida, 2002c, 2005a) sur la classe créative et les villes créatives retiendront plus particulièrement l'attention. Outre le fait que cette théorie du « capital créatif » place d'emblée au cœur de l'analyse les professionnels de l'« économie créative », deux principales raisons motivent ce choix.

D'une part, cette théorie fortement médiatisée de la croissance régionale est sans doute celle qui a le plus contribué ces dernières années à faire une large place aux arts et aux artistes dans la « mesure » des avantages stratégiques des villes et des régions urbaines. Publié au début de la présente décennie, *The Rise of the creative class* [...] (Florida, 2002c) devient vite un ouvrage de référence dans les milieux de l'aménagement et du développement urbain, contribuant à entériner des deux côtés de l'Atlantique la montée d'une approche territoriale volontariste et largement finalisée (c.-à-d. focalisée sur les résultats) du développement culturel local. D'autre part, le succès que connaît cette théorie auprès des décideurs publics et des élites locales croît proportionnellement à la vigueur des critiques universitaires émises à son endroit. Or, l'accueil extrêmement sévère qu'elle reçoit peut étonner *a priori*, puisque la théorie conforte derrière ses oripeaux révolutionnaires une série d'idées déjà répandues, y compris en matière de planification du développement économique urbain.

En effet, il est par exemple de plus en plus admis aujourd'hui dans les cercles du développement économique que l'analyse des structures d'emplois est aussi pertinente, sinon plus, que l'analyse de la structure industrielle du territoire (Markusen, 2004b). De

même, on s'entend pour dire que les villes et les régions devront, pour demeurer compétitives à l'avenir, offrir des opportunités d'emplois et des milieux de vie qui répondent aux attentes d'une catégorie de main-d'œuvre de plus en plus exigeante à cet égard (Glaeser, Kolko et Saiz, 2000). La problématique de la qualité culturelle du cadre de vie en tant qu'élément qualifiant pour les villes dans le jeu de la concurrence interurbaine internationale est d'ailleurs, depuis au moins une bonne décennie, un sujet d'intérêt et d'étude tant pour la communauté scientifique que dans les administrations publiques (Bianchini et Parkinson, 1993). Enfin, participant des théories économiques qui revalorisent le « local », Florida réactualise lui aussi le thème ancien de la ville comme berceau naturel de la créativité et de l'innovation – il ne s'en cache pas – et « redécouvre » – même si cette fois il n'y voit que du nouveau – les thèmes fondateurs de la sociologie urbaine, alors que sont convoquées les notions classiques de civilité, de diversité et de tolérance comme caractéristiques de la vie citadine (Miligan, 2003). De ce point de vue, on est tenté de dire que la véritable nouveauté de la théorie est plutôt à voir dans le succès de ses hypothèses auprès des décideurs publics...

Cela dit, l'intention n'est pas de tenter de rescaper une théorie du développement urbain sujette à de nombreuses critiques, ni d'accorder plus d'importance qu'elle ne le mérite à une « nouvelle économie créative » parmi les options possibles pour stimuler la croissance économique des villes et des régions urbaines. Il s'agit plutôt de s'intéresser à cette théorie comme faisant partie des réalités contemporaines, ne serait-ce qu'en raison du terrain occupé par l'idéologie de la ville créative dans le discours des responsables urbains, sinon dans leur vision actuelle du développement. Dans cette perspective, l'intention n'est pas non plus de critiquer *a priori* une approche utilitariste de la culture ou de dénoncer son instrumentalisation à d'autres fins que culturelles. La critique de l'instrumentalisation de la culture a des théorisations classiques bien connues et les conditions actuelles de la mondialisation, dans ses rapports étroits avec les idéologies néolibérales, apportent de nouveaux arguments (c.f. l'abandon de l'exception culturelle au profit du libéralisme en matière de commerce international). Sans doute faut-il craindre pour l'indépendance toute relative de la culture, en particulier de la création. Mon propos n'est pas là.

Je voudrais plutôt insister par ce travail de thèse sur la nécessité d'approfondir la réflexion au-delà de la dénonciation et de la déconstruction que propose notamment la rhétorique anti-néolibérale. Il s'agira plus exactement de plaider la cause d'une recherche sur la culture qui intègre pleinement une conception économique de son objet et de ses problématiques et, pour cela, ne s'interdit pas *a priori* de considérer positivement la culture au service d'objectifs

externes ou « extra-culturels ». Dans le contexte du débat actuel sur la promotion d'une hybridation de la sphère culturelle et de la sphère économique, une approche plus féconde de ces questions me semble reposer sur la mise à l'épreuve de ces hypothèses mêmes qui, à l'instar des propositions de la théorie du « capital créatif » de Richard Florida, assimilent la culture à un facteur de croissance économique et de développement urbain bien au-delà du poids sectoriel qu'elle peut représenter dans les économies occidentales contemporaines.

Une démarche (avant tout) exploratoire et inductive

La pierre angulaire de la démarche réside dans la volonté de se distancier des schémas d'explication préétablis pour explorer leur validité au moyen d'une méthodologie qualitative appliquée à une étude de cas approfondie. J'y ai fait allusion plus haut, le problème du rôle joué par l'offre artistique et culturelle territoriale dans l'écologie urbaine de la « ville créative » incite, par sa nature même, à opter pour une démarche au plus près des acteurs individuels activement impliqués, et qui prenne réellement en compte la diversité des contextes (ne serait-ce que pour préciser à partir de là les facteurs et le public d'un dynamisme culturel attractif). La posture apparaît d'autant plus nécessaire que la recension des écrits souligne la pertinence du problème par son inscription dans un ensemble de préoccupations théoriques, mais également l'absence d'ancrage empirique fort, c'est-à-dire d'études fines du terrain.

Par conséquent, la recherche se veut par essence une recherche de type empirico-inductive, par opposition à une recherche de type hypothético-déductive. Sans être orthodoxe dans la démarche préconisée par les tenants de la « théorie ancrée », il s'agit de recourir à une méthode d'immersion dans le terrain qui permette de confronter et d'enrichir, à partir d'observations empiriques, les dimensions soulevées dans les écrits sur un sujet encore peu exploré¹⁷. La stratégie de recherche passe donc par la production d'un cadre descriptif et conceptuel inspiré en dialogue avec des cadres théoriques existants, ainsi qu'une mobilisation rigoureuse des apports théoriques comme « intuitions de recherche ».

¹⁷ Fondée sur les premiers travaux méthodologiques des sociologues Glaser et Strauss (1967), l'approche dite de la théorie ancrée ou enracinée (*Grounded Theory*) préconise l'élaboration progressive d'hypothèses par « imprégnation » sur le terrain d'enquête, faisant ainsi, pour certains, un non-sens de tout protocole d'enquête précédant l'effort de terrain. Aussi, l'objet de la recherche « se construit progressivement en lien avec le terrain, à partir de l'interaction des données recueillies et de l'analyse qui en est tirée » (Deslauriers et Kérisit, 1997: 92). Ce caractère rétroactif et itératif du processus de recherche fonde la méthodologie retenue ici, qui prône un constant va-et-vient entre le travail empirique et le travail théorique. Toutefois, la perspective privilégiée suppose d'entrée de jeu une itération entre théorie et matériau empirique et, partant, n'est ni inductive ou déductive, mais emprunte aux deux à la fois.

Regroupées en questionnements assez larges, ces intuitions de recherches sont destinées, d'abord, à donner une ligne de conduite à la collecte de données sur le terrain d'enquête, puis à définir ultérieurement le foyer de la recherche: elles offrent des clefs de lecture ou des éléments de compréhensions permettant de rendre intelligibles les données recueillies sur le terrain d'enquête.

Dans le cas présent, l'effort de terrain a conduit à élargir sensiblement le cadre conceptuel initial et à opter pour une approche plus franchement pluri ou interdisciplinaire. Suivant une acception usitée, la science régionale peut être située à l'intersection de disciplines scientifiques, en premier lieu l'économie régionale, urbaine et spatiale, d'un côté, et la géographie économique et urbaine, de l'autre (Coffey, 1995 [1992]). S'il n'y a pas de paradigme qui unifierait ce domaine de recherche, une caractéristique des approches plus récentes pouvant y être associées est sans doute la volonté de se dégager des modèles interprétatifs construits autour des dichotomies traditionnelles ou modernes (l'économique et le culturel, le local et le global, l'individuel et le collectif, la production et la consommation...); cette volonté se doublant au plan méthodologique d'un effort d'intégration disciplinaire supportant des tentatives d'extension de l'explication économique vers l'explication sociologique et anthropologique (et vice-versa). C'est avec la conviction qu'il faut pousser ce dialogue disciplinaire que l'élaboration conceptuelle développée pour supporter l'investigation empirique tente d'établir des liens entre différents univers disciplinaires.

Plus exactement, des questionnements propres aux disciplines cœurs de la science régionale seront « travaillés » par un double mouvement de déplacement et d'extension de la réflexion vers des interrogations relatives à différents champs de la sociologie : sociologie de l'art et de la culture, d'abord, mais aussi sociologie urbaine, sociologie de l'innovation, sociologie du travail... Cet effort interdisciplinaire donnera sa pleine mesure dans les chapitres empiriques de la thèse, alors que des concepts auxiliaires seront présentés en fonction des besoins de l'analyse et de l'avancement de la réflexion. L'interdisciplinarité est une arme à double tranchant. D'un côté, elle n'est pas sans le risque de fragiliser l'analyse, puisqu'elle repose sur une maîtrise forcément partielle de plusieurs perspectives. De l'autre, elle permet d'enrichir cette même analyse en refusant de la cantonner à l'intérieur de limites disciplinaires strictes. C'est en tâchant de surmonter au mieux ce défi de l'interdisciplinarité que le matériau recueilli a été soumis à la lecture analytique et interprétative.

Stratégie démonstrative

Si l'interdisciplinarité a constitué un important défi, une seconde difficulté rencontrée au cours du processus de thèse a été de trouver une mise en forme *a posteriori* d'une démarche de recherche itérative, volontairement marquée par d'incessants allers-retours entre questionnement et observation, bifurcations de sentiers et changements de direction¹⁸. Un tel parcours s'accordant mal à l'écriture d'un ouvrage, la mise en récit de ce travail de production de la thèse ne rend pas justice au caractère dynamique et progressif qu'il a revêtu. De manière relativement conventionnelle, la thèse compte six chapitres ordonnés en deux parties distinctes.

La première partie de la thèse pose les fondations conceptuelles et théoriques de la recherche et expose le cadre méthodologique. Un premier chapitre positionne le sujet d'étude vis-à-vis le thème de la « régénération culturelle urbaine » (*culture-led urban regeneration*), en retraçant dans une perspective historique et géoéconomique les principaux moments et motifs de la prise en compte par le gouvernement des villes de la plus-value économique de la culture aux profits d'enjeux territoriaux urbains. La perspective est résolument « macro » et vise davantage à situer le problème de recherche qu'à l'expliquer. Il s'agit de réinscrire dans son contexte socioculturel plus large la problématique de la ville créative comme mode ou modèle de développement urbain, pour souligner les enjeux économiques, sociaux et culturels du recours aux arts et à la culture comme outil de régénération urbaine et de développement des territoires. Il s'agit également de poser en préalable certains repères historiques et sociologiques autour de l'élaboration et de la

¹⁸ Le remaniement de la réflexion jusqu'à la mise en forme finale de son exposé a été d'autant plus imposé par le sujet d'étude que, entre le moment où fut élaboré le devis de recherche et le moment de conclure l'analyse, le thème de l'économie créative, dans ses déclinaisons sociales et territoriales, a donné naissance à une (très) vaste production scientifique sous forme de colloques ou de publications. Cette production fait actuellement l'objet de nombreuses contributions synthétiques et rétrospectives, parmi lesquelles figurent plusieurs ouvrages collectifs et numéros spéciaux de revue. Au cours de la seule année 2009, ont ainsi été publiés, notamment: *Creativity, Innovation and the Cultural Economy* (A.C. Pratt et P. Jeffcutt, dir.); *Creative economies, creative cities. Asian-European perspectives* (L. Kong et J. O'Connor, dir.); *Spaces of vernacular creativity. Rethinking the cultural economy* (T. Edensor, D. Leslie, S. Millington et N. Rantisi, dir.); « The economics of creativity: efficiency, competitiveness and development », numéro spécial de *International Review of Applied Economics* (S. Sacchetti et R. Sugden, dir.); « Creative Cities », numéro spécial de *International Management* (P. Cohendet, L. Simon, F.S. Parellada et J.V. Pasola, dir.); *L'alphaBEM des industries créatives* (A. Gombault, F. Livat-Pécheux et F. Durrieu, dir.). Le titre donné à cette thèse se veut par ailleurs un clin-d'oeil au titre d'un colloque tenu fin 2009 à Caen, en France, intitulé « Ville attractive, ville créative : Le rôle de la culture dans le développement métropolitain ». Il va sans dire que le foisonnement actuel de la recherche sur la culture et les acteurs culturels en milieu urbain contraste avec l'atonie lancinante de la réflexion engagée sur ce thème par les approches plus anciennes ou plus traditionnelles du développement économique régional.

diffusion des représentations sociales de la culture et du travail de création, qui me seront nécessaires pour la suite de la discussion.

Un deuxième chapitre précise le cadre problématique de l'étude à travers les outils du prisme scientifique. Dans un premier temps, le rappel des principales propositions de la théorie de Richard Florida et les objections sévères qui lui sont posées me permet d'introduire une discussion des concepts d'économie créative et de classe créative en tant que concepts de « références » à partir duquel se construit le problème spécifique de la recherche. Dans un second temps, je mobilise la littérature instituée et les perspectives théoriques émergentes sur les économies régionales pour affermir un cadre de référence exploratoire du rôle joué par l'offre artistique et culturelle des territoires comme vecteur de dynamisme économique et de mutation des espaces urbains centraux en contexte d'« économie créative ». En accord avec une option analytique centrée sur le « travailleur créatif », l'accent est mis sur les études théoriques et empiriques marquées par une préoccupation envers l'acteur et le sujet, ainsi que la volonté de relier des évolutions macro-géographiques à des comportements individuels.

De manière à permettre une synthèse compatible avec les grilles de lecture en présence, ce cadre de référence exploratoire est construit à partir de trois grandes perspectives explicatives différentes, portées par les approches plus récentes ou renouvelées du développement économique régional: 1/ les hypothèses issues du « tournant relationnel » dans l'analyse du développement (socio-)économique urbain : « district créatif », « communautés créatives », « réseaux sociaux créatifs »...; 2/ les approches inspirées d'une certaine géographie dite culturelle, d'inspiration phénoménologique, qualitative et sensitive, qui invitent à lier l'aptitude à la créativité individuelle à l'expérience même de la « ville », dans ses dimensions matérielles, mais aussi sensibles et idéelles; 3/ l'économie résidentielle et le paradigme plus classique de l'attractivité culturelle et de la qualité du cadre de vie. Ces trois entrées de recherche, ou angles de questionnement, pointent respectivement ce que je désignerai ici, dans un effort synoptique de définition, des effets de type « milieu », des effets de « lieu » et des effets de « culture » (en termes de valeur et d'aspiration).

Au plan analytique, le croisement des approches mène à considérer les éléments de l'offre culturelle territoriale en contexte d'économie créative à la fois sous l'angle d'une ressource matérielle, immatérielle et humaine. Il invite également à dégager les modes d'articulation entre champs créatifs, d'une part, et champ territorial, d'autre part, en considérant deux mécanismes ou ressorts principaux: 1/ celui de la mobilité professionnelle sur les marchés

métropolitains du travail de création; 2/ celui de la mobilisation, à des fins personnelles ou dans un cadre marchand, des ressources culturelles de natures et d'échelles variées présentes dans la ville.

Un troisième chapitre poursuit la réflexion méthodologique, justifie la stratégie d'enquête retenue, soit une enquête ethnosociologique auprès des créateurs industriels de jeux vidéo à Montréal, et détaille le cadre opératoire de la recherche. L'étude d'un cas unique, inspirée de l'approche ethnosociologique, se justifie par l'état actuel des connaissances qui milite en faveur d'études localisées et plutôt qualitatives. Elle se justifie plus fondamentalement par les cadres analytiques de la « ville créative », qui font invariablement de la mobilité des acteurs individuels – qu'elle soit géographique, professionnelle (sectorielle), sociale et/ou culturelle – l'une des conditions des phénomènes qu'ils cherchent à théoriser. C'est cette mobilité que la recherche tâchera plus spécifiquement de restituer, étant entendu que ce sont ni la mesure ni le repérage de fréquence qui sont recherchés, mais bien plutôt la compréhension des formes et des logiques d'action des acteurs directement impliqués: l'analyse est conduite d'un point de vue sociologique et « de l'intérieur ».

À cet égard, l'industrie du jeu vidéo et son personnel « créatif » constituent un domaine d'investigation aux caractéristiques particulièrement intéressantes. Comme on le verra avec plus de détails, cette industrie peut être considérée à plusieurs titres comme l'industrie type de ladite nouvelle économie créative des villes (polarisation des activités de conception sur certaines aires urbaines, poids économique significatif, « modèle productif » fondé sur la combinaison créatrice d'art et de technologie). En recherche de légitimité culturelle (et de soutiens financiers publics), la production industrielle de jeux vidéo s'offre par ailleurs comme un terrain d'observation privilégié pour réfléchir aux tensions et aux problématiques qui pèsent sur les nouveaux secteurs industriels de la techno-crédation, dont l'identité se construit autour du croisement entre axes économique et artistique, intérêts marchands et non marchands (Genvo, 2008). Or, aussi emblématique ou paradigmatique soit-elle d'un nouveau régime « post » ou « néo-industriel » de l'économie des villes, l'industrie du jeu vidéo est aussi celle qui, paradoxalement, semble avoir été le moins investiguée par la recherche urbaine et les tenants d'une économie créative territorialisée.

La deuxième partie de la thèse est consacrée à la présentation et à la discussion des résultats de l'enquête de terrain. Ces chapitres empiriques ont été construits de façon à mettre directement en correspondance les résultats obtenus et les intuitions de recherche préalablement dégagées des écrits existants.

Le chapitre 4 explore la dynamique socio-productive de l'économie créative à Montréal (effets de type « milieu »), en interrogeant de manière plus spécifique la mobilité horizontale sur les marchés locaux du travail dans les métiers de la création numérique. Ce chapitre est également l'occasion d'aborder la question de la mobilité sociale des professionnels dits créatifs, c.-à-d. leur volonté et leur capacité d'adaptation à des « milieux créatifs » différents afin de pouvoir jouer sur plusieurs scènes et/ou solliciter des réseaux socio-productifs composés de relations plus ou moins élargies. Le chapitre 5 approfondi l'analyse d'un phénomène de brouillage des frontières des espaces et des temps du travail et du hors travail, pour étudier ses implications sur la signification même du loisir culturel et la pratique de la ville (effets de « lieu »). Il s'agit essentiellement cette fois de questionner la mobilité culturelle des personnes, telle que définie à travers la diversité des goûts et des pratiques culturelles qui marque les formes de participation quotidienne à la vie culturelle « hors les murs ». Enfin, le chapitre 6 aborde la question de l'attractivité résidentielle par la culture sous l'angle des mobilités géographiques et, plus spécifiquement, des représentations et de la nature de l'attachement à l'espace de résidence (effets de « culture »).

Dans ce dernier chapitre empirique de la thèse, l'analyse des rapports à l'espace résidentiel permet de faire converger les résultats des chapitres antérieurs pour dégager la cohérence d'un mode ou d'un art d'« habiter » la centralité urbaine, en liaison avec les aspirations à un mode ou à un style de vie centré sur l'activité de création. On verra que cette « territorialité » qui découle des pratiques et des représentations autorise à soutenir empiriquement, tout en les affinant et infléchissant de manière significative, deux thèses complémentaires : d'une part, celle de la valeur d'attractivité appréciable dont est porteur la culture pour les territoires concernés; d'autre part, celle d'un groupe social émergent dont le profil professionnel, culturel et psychologique peut être capturé par la notion de « classe créative ». En conclusion générale, il s'agit de revenir sur la question posée par la problématique de départ, de résumer les principaux éléments mis à jour lors de la recherche, et d'élargir la perspective d'étude. Une réflexion conclusive sur la culture comme objet de politique de développement économique et de régénération de la ville vise *in fine* à opérer un retour en boucle sur la question du renouveau urbain par la culture, telle qu'introduite au prochain chapitre à un niveau plus politique et d'action.

CHAPITRE I : LA CULTURE AU SERVICE DU RENOUVEAU URBAIN: HISTORIQUE ET CONTEXTE

Ce premier chapitre contextualise le sujet d'étude, en retraçant l'inflexion progressive des politiques publiques urbaines des pays avancés vers la prise en compte de la culture comme voie possible à la résolution des enjeux économiques territoriaux. L'exercice permet de préciser en préalable les notions de culture, d'action culturelle publique et de régénération urbaine par la culture. Il permet également d'insister sur les glissements conceptuels et normatifs de la notion de culture vers celle d'industries culturelles, puis vers celles d'industrie, de classe et de ville créatives. Les questions transversales soulevées pour l'occasion reflètent la volonté d'une approche plus interprétative et globale, de type sociologique, qui tient compte dans l'analyse des conditions historiques et sociologiques des productions référentielles de la société, en l'occurrence de la construction sociale du « problème culture » et de l'intervention publique dans ce « secteur ».

Le chapitre compte deux grandes sections. Il s'ouvre sur un examen du contexte dans lequel les villes occidentales de l'ère industrielle sont amenées à penser le développement de leurs activités culturelles et artistiques, en suivant l'évolution générale des logiques et des finalités de l'action publique en matière d'arts et de culture. L'intention n'est pas de déconstruire le « système » complexe de l'action publique culturelle que l'on retrouve un peu partout dans les pays d'Occident, ni de démêler l'écheveau des principes venus y nourrir l'idéologie de soutien des politiques dites « culturelles ». Il s'agit plus simplement de mettre en exergue la montée en puissance d'une vision économique fortement instrumentale et pragmatique du développement culturel local, que tend à renforcer, des deux côtés de l'Atlantique, le discours contemporain sur la « nouvelle économie » dans son articulation plus récente au thème de la créativité des villes.

Dans un second temps, on verra que, si les héritages perdurent dans la mobilisation de la culture au service des politiques urbaines, les problématiques et les enjeux de la « ville créative », tel qu'ils sont posés aujourd'hui, se distinguent à plus d'un égard de ces approches plus anciennes ou plus traditionnelles qui convoquent conjointement l'art et l'économie dans les opérations de renouvellement urbain. Plus exactement, je voudrai montrer que les conceptions, les promesses et les modèles proposés plus récemment promeuvent une réévaluation considérable de la place et du rôle des arts et de la culture dans les sociétés et les économies occidentales contemporaines. Cela tient d'abord à la révision d'une division dichotomique moderne entre le pôle artistique et commercial de la

culture, que résume au mieux le néologisme « d'industries créatives ». Cela tient aussi à un renversement radical de perspective vis-à-vis une conceptualisation courante du lien de dépendance qui unit développement culturel et développement économique, alors que s'opère un glissement de la notion de créativité (artistique) vers celle d'innovation (économique). De fait, les enjeux d'une irruption de la créativité comme objet de politique économique vont bien au-delà de la « régénération » urbaine et de l'investissement en capital, pour toucher au plus profond de la politique culturelle et des rapports entre culture et société.

Le chapitre se conclura sur la nécessité plus urgente, face aux types de spéculations actuelles sur les vertus économiques et territoriales de la culture en contexte d' « économie créative », d'explorer empiriquement un phénomène encore mal connu : celui de l'édification au cœur des villes centre des nouveaux espaces productifs de la mondialisation au travers la rencontre présumée des arts, de la culture, de la haute technologie et de l'entreprise (le monde des affaires).

La culture dans l'action publique des villes

L'intervention des pouvoirs publics en culture prend des formes diverses et variées. Si le constat relève du truisme, il mérite d'être rappelé. En effet, il est d'usage d'opposer deux modèles typiques bien distincts en matière d'implication de l'État dans la vie artistique et culturelle : un modèle anglo-saxon, peu interventionniste, laissant place à une implication du secteur privé et une contribution communautaire forte et, à l'autre extrême, un modèle français voire d'Europe du Sud, largement basé sur l'intervention publique et ne faisant intervenir le mécénat que de façon marginale. Entre ces modèles typiques se retrouverait une variété de cas intermédiaires comme celui du Canada. Cette typologie a cependant ses limites.

D'une part, il faut voir que l'État central, à l'instar de ce qui s'observe aux États-Unis, peut être partie prenante de manière très active du développement culturel, en usant d'une série de moyens autres que l'intervention ou le financement direct. L'encouragement financier du mécénat privé par des exonérations d'impôts ou, encore, l'offre de ressources d'appui ou d'orientation sont les plus évidents, sinon les plus courants de ces moyens. Par ailleurs, le soutien des pouvoirs publics aux affaires culturelles repose à divers degrés sur l'implication des gouvernements de paliers inférieurs (provinciaux, régionaux, municipaux...), dont la contribution est d'autant plus susceptible d'être importante avec le poids nouveau qui tend à

être dévolu aux villes et aux administrations locales dans l'organisation des systèmes économiques et politiques (Sellers, 2002; Le Galès, 2003)¹⁹. Enfin, les opérations de renouvellement urbain par la culture reposent sur un faisceau d'initiatives publiques qui, si elles peuvent être coordonnées avec une politique culturelle locale (municipale), prennent place dans le cadre de politiques de développement et de revitalisation socio-économique plus « englobantes ». Cela est particulièrement vrai lorsqu'il s'agit de ces approches développées autour de la notion de « ville créative », qui interroge moins la culture comme secteur que comme dimension et composante de la vie locale, en relation directe avec les autres secteurs d'intervention publique. En somme, l'action publique culturelle locale ne saurait se résumer à la mise en œuvre par l'État central d'une politique publique sectorielle plus ou moins territorialisée, c.-à-d. *la* politique culturelle.

Cela dit, esquisser le tableau historique de la manière dont est pensée et présentée l'action publique culturelle en lien avec les enjeux de renouvellement économique des villes industrielles occidentales est un exercice difficile. Outre le fait que les espaces (politiques, géographiques, sociaux, culturels...) de référence soient variés entre les contextes nationaux comme à l'intérieur même de ceux-ci, les cadres normatifs et conceptuels dans lesquels se déploie l'action publique culturelle ne sont pas stables et, de fait, celle-ci oscille sans cesse entre plusieurs modalités de légitimation des politiques entreprises, qui se côtoient, s'entremêlent, se contredisent et entrent en concurrence (Bonnet et Négrier, 2003). Cette situation est largement redevable au fait que la nature et le champ de l'action publique culturelle, s'ils peuvent s'inscrire dans une tradition d'intervention étatique, se définissent dans la réalité au travers d'âpres négociations entre une pluralité d'intervenants, d'organisations et d'acteurs sociaux.

Les analyses menées en termes de « gouvernance urbaine » n'ont cessé de le montrer : la conduite des affaires publiques locales et, au-delà, la gouvernabilité des villes, reposent de manière croissante sur une formidable complexité et variabilité des arrangements locaux entre intérêts du secteur public, privé, communautaire et associatif²⁰. Les modalités

¹⁹ La constitution d'une nouvelle capacité d'action au niveau des villes conduit, dès les années 1970 en France, à la formation et à la généralisation des politiques culturelles municipales (Urfalino, 1987: 53-73). Au Québec, il est possible de voir une amorce de ce processus au début des années 1980, avec la volonté affichée du Ministère des Affaires culturelles de déconcentrer ses activités et ses ressources et d'inscrire son intervention dans le cadre des problématiques locales (Gauthier et Roy-Valex, 2005).

²⁰ Issu de l'anglais *governance*, la notion de gouvernance s'impose dans les années 1980 pour désigner un mode de gouvernement fondé sur l'articulation entre différents acteurs – institutions, entreprises,

concrètes d'exercice du politique font en sorte que le pouvoir se partage entre l'État à ses divers échelons, ce qu'il est désormais convenu d'appeler la « société civile » et, de manière croissante, la sphère économique (le secteur privé, le marché). Au moment où la politique locale — au triple sens de *politics*, *policies* et *polity* — semble dépendre de plus en plus d'acteurs non gouvernementaux, les élus ne sont donc pas forcément les seuls à gouverner la ville.

Ce constat d'une influence moins décisive, plus diffuse ou plus ambiguë des acteurs étatiques sur la conduite des affaires locales appelle une remarque immédiate relative à la construction de l'objet de recherche. L'idée d'un « bricolage » de la décision publique autour de perceptions et d'intérêts en action suggère en effet, sur un plan plus strictement sociologique, d'appréhender l'action publique en matière culturelle comme une construction socio-historique, c.-à-d. qui s'énonce et s'affirme selon les époques et les opportunités politiques, qu'elle soit fonction de ces « coalitions d'intérêts » au gouvernement des villes ou, plus largement, des représentations que la société est disposée à prêter à la culture. Par conséquent, la notion de culture mérite d'être appréhendée de la manière la plus large possible, comme une catégorie culturelle dont la portée est susceptible de varier largement selon les temps et les lieux, mais aussi selon le sens prêté au mot par l'institution ou l'acteur social qui, à la poursuite d'intérêts plus ou moins réfléchis, réinterprète d'une façon ou d'une autre les désignations antérieures. Autrement dit, il s'agira d'assumer sur le terrain des acteurs de l'action publique locale, mais aussi des personnes et des groupes visés par ces opérations, la diversité intrinsèque de la réalité culturelle qu'il est question d'analyser. De là, notamment, l'importance accordée tout au long de ce chapitre contextuel à marquer certains repères historiques et sociologiques autour de l'élaboration et de la diffusion des représentations sociales de la culture.

associations, élus...— situés à différentes échelles du territoire. Cet éclatement ou fragmentation du cadre institutionnel du développement territorial a sans doute été favorisé par une tendance largement dominante à la réorientation de la politique d'aménagement de l'espace urbain vers les nouvelles approches du développement territorial, souvent désignées comme « entrepreneurialisme urbain » (*urban entrepreneurialism*). Ces approches promeuvent en effet un rapprochement radical avec la sphère économique privée. Cela se voit à travers les priorités d'actions (axées sur la croissance économique), l'inflexion de la logique interventionniste vers une logique libérale (jouant surtout un rôle de régulateur et de prestataire, le public laisse davantage jouer les lois du marché), les stratégies (l'établissement de partenariats public-privé) et une philosophie d'action plus générale (la prise de risque, la promotion et la motivation par le profit) (OCDE, 2007: 22-26).

Des définitions, des logiques et modèles

La façon dont la culture est construite comme objet formel de politiques publiques témoigne avec éloquence du caractère par essence instable et imprécis de la définition de la place et du rôle de la culture dans le champ social. En fait, le premier écueil sur lequel bute toute tentative de comparaison des politiques culturelles est certainement celui de la notion même de culture, source de polysémies fréquemment signalées et délicates à interpréter. On en prend toute la mesure dans le domaine de l'étude comparative des politiques culturelles, et plus encore peut-être lorsque la perspective se veut diachronique. En effet, les évolutions de la délimitation institutionnelle de ce secteur d'intervention sur la longue durée démontrent bien la relativité du concept et rappelle que son « corollaire », l'art (ou l'artiste), est une catégorie datée et située, apparue relativement tard et à la faveur de conjonctures historiques spécifiques.

Les « politiques culturelles » mises en place durant la seconde moitié du 20^e siècle iront ainsi de pair avec l'extension volontariste de la notion de culture par l'adjonction successive de nouvelles disciplines, des « beaux-arts » (peinture, sculpture, musique, architecture...) jusqu'à la culture inscrite dans les pratiques quotidiennes. Comme on le verra avec plus de détails, cette évolution est complémentaire à l'effacement des hiérarchies ou des oppositions traditionnelles structurant le soutien à la culture (entre art pur, art appliqué et art commercial, entre art et divertissement, art et industrie...), auquel se superpose et « répond » l'élargissement des finalités-objectifs attribué à l'action publique culturelle. Une particularité structurelle de l'action publique en matière culturelle est d'ailleurs de reposer sur une logique essentiellement cumulative des finalités qui lui sont dévolues, contrairement à d'autres secteurs d'intervention étatique fonctionnant plus volontiers par substitution d'objectifs (Bonnet et Négrier, 2003: 11). L'action publique culturelle fait ainsi droit à des conceptions divergentes de l'art et de la culture, qui apparaissent en perpétuelle tension.

De manière très schématique, il est possible de situer deux conceptions ou visions de la culture aux pôles d'un continuum sur lequel se distribuent, au fil du temps et au gré des sollicitations de l'actualité, les logiques et modèles de l'action publique culturelle (Harvey, 2002; Bellavance et Gauthier, 2003). La première de ces conceptions, moins courante aujourd'hui, procède d'un postulat idéaliste qui attribue à la culture une valeur normative universelle. Dans une définition restreinte, fondée sur l'excellence, la culture est le domaine réservé des « Arts et Humanités »; des « Beaux-Arts » en tant qu'ils sont des objets symboliques de valeur supérieure, la quintessence de la civilisation. Il s'agit, dans une visée démocratique, de rendre cette culture accessible au plus grand nombre. Une seconde

acception, plus anthropologique, plus « englobante » ou plus différentialiste et relativiste, définit la culture à travers des valeurs, des normes et des habitudes, en référence à une vision du monde. Les frontières de la culture épousent alors celles de la spécificité d'un groupe dans son mode de vie et ses coutumes et il ne s'aurait être question cette fois de fonder l'intervention des pouvoirs publics sur le soutien et la transmission des bases d'une Haute Culture, artistique et humaniste :

[...] dans cette optique, l'art n'est qu'une des nombreuses manifestations de l'identité culturelle d'un lieu et de sa population, et la politique culturelle peut s'occuper de tout, des danses folkloriques aux traditions culinaires locales ou encore de l'animation des rues à la mode (Matarasso et Landry, 1999: 12).

Inscrites entre ces deux conceptions ou visions de la culture, une troisième, plus récente, se caractérise par la prise en compte du développement d'une culture de masse, née de l'industrialisation et favorisée dans la seconde moitié du 20^e siècle par l'émergence de nouveaux médias, au premier rang desquels figure la télévision. Cette reconnaissance de la culture comme « produit » de grande consommation conduit à une appréhension plus économique des choses de l'art et de la culture. De pair avec la reconnaissance des bénéfices ou des impacts sociaux de la culture pour le développement des collectivités territoriales, elle ouvre la voie à une instrumentalisation du secteur culturel dont les objectifs excèdent les missions plus proprement culturelles qui lui sont traditionnellement dévolues. La manière dont se recompose l'action publique culturelle en direction des villes est intimement liée à ces utilités « nouvelles » auxquelles est conviée la culture, et en particulier à ses potentialités comme facteur de développement économique.

Culture et économie, une relation qui n'est pas sans histoire

D'un point de vue historique, la contribution des arts et de la culture au développement économique des villes a suscité relativement peu d'intérêts dans le champ de la recherche et de la planification urbaine. Exception faite des activités liées à l'« industrie » touristique qui, très vite, a été exploitée pour son potentiel de développement économique, les activités culturelles ont été longtemps considérées comme un domaine marginal de l'économie des villes, sinon comme un luxe subordonné à une croissance urbaine forte (Grefe et Pfeifer, 2005: 17). L'économie de la culture, dès ses travaux fondateurs, aura d'ailleurs contribué à ériger l'art et l'artiste en contre-modèles de l'efficacité performative socio-économique. En effet, les premiers économistes à s'intéresser sérieusement à la question culturelle, William Baumol et William Bowen, conduisent au milieu des années 1960 une analyse macroéconomique de l'évolution des coûts du spectacle vivant, qui met en évidence

l'accroissement structurel des besoins de financement des activités du secteur des arts et des lettres en raison d'un différentiel de productivité (Baumol et Bowen, 1966). Cette loi dite de « la fatalité des coûts » ou « loi de Baumol », bien que controversée, aura tôt servi, et sert encore, la légitimation de l'intervention des pouvoirs publics dans le domaine de la création artistique²¹.

Si la contribution des arts et de la culture à l'accroissement de la vitalité économique d'un territoire a, jusqu'à récemment, peu ou prou suscité l'intérêt des adeptes du développement économique et urbain, le soutien public à la culture, aux créateurs et à la création n'est cependant pas un sujet récent de préoccupation; l'engagement des autorités politiques dans les affaires culturelles trouvant vraisemblablement sa genèse dans les conditions mêmes de la formation des États-nations (Elbaz et Helly, 1995: 15-35). Éminemment politique de par la charge identitaire symbolique et émotionnelle qu'elle porte en elle, la culture bénéficie au fil des siècles du soutien des puissants, qui veillent à travers la protection des arts et de la culture à affirmer une identité nationale et un rapport au monde. Cette idée selon laquelle la culture produit des biens et des services particuliers porteurs d'identité, de valeurs et de sens fonde une politique de la culture (une « mystique culturelle »), longtemps avant que la culture soit véritablement instituée en catégorie d'intervention publique²². Sans surprise, elle est historiquement au cœur de la raison d'être des politiques formelles de soutien public en matière culturelle.

En effet, dans les années de l'après Seconde Guerre mondiale, les protagonistes des politiques culturelles s'appuieront plus particulièrement sur un argument fondamental, celui du « bien méritoire » (*merits goods*) pour construire la culture comme objet légitime d'intervention publique et justifier l'État à prendre le relais, sinon à concurrencer le marché dans l'allocation des ressources. Cet argument du bien méritoire (du service public/collectif) insiste sur les effets externes positifs non-économiques de la dépense culturelle, d'abord sur le plan politique. Selon le concept économique d'externalité positive (c.-à-d. ces bénéfices que tirent les acteurs sans que cela fasse l'objet d'une transaction monétaire), la présence des arts et des artistes sur un territoire donné génèrerait de multiples avantages pour

²¹ Dans les États-Unis du milieu des années 1960, l'argument de l'« improductivité » des arts et des lettres aurait ainsi convaincu les pouvoirs publics américains de hausser considérablement les crédits alloués au National Endowment for the Arts (NEA), l'agence voyant de fait passer ses subsides de 8 millions de dollars en 1965 à 74 millions de dollars en 1974 (Moulin, 1992, référant à Rossant, 1978).

²² Qu'il suffise de penser aux jeux du cirque gérés par l'État Romain ou, encore, à l'état monarchique français, éminemment soucieux de faire participer les arts et les artistes à sa gloire.

l'ensemble de la collectivité: le renforcement du lien et de la cohésion sociale grâce à la constitution d'un héritage culturel commun, passé et à venir; la préservation des valeurs démocratiques (le pluralisme, la liberté d'expression); la dimension éducative des arts et l'amélioration de la qualité de vie en générale; le prestige que tirent les villes et les nations d'une vie culturelle riche.²³ Les biens culturels se voient ainsi conférer une qualité de biens « supérieurs » ou d'intérêt général, dont l'ensemble de la société est susceptible de bénéficier.

C'est sur ce crédit de longue date en la valeur (toujours haute) de la culture que se construit l'idée que la sauvegarde et le développement du patrimoine culturel, passé et à venir, ne peuvent être laissés à la seule initiative du marché, leur utilité outrepassant les profits et les avantages matériels. La nature et le champ de l'action publique en culture se définissent de manière conséquente, à travers un certain nombre de missions ou d'impératifs (la défense d'une culture nationale, la recherche du prestige et de l'excellence, l'éducation, la formation des esprits...), qui relèvent d'un enjeu culturel et « civilisationnel », clairement distinct de l'enjeu économique. En fait, les normes qui, au moins à l'origine, soutiennent l'action publique culturelle dans la plupart des pays occidentaux renvoient dans leur ensemble à la construction d'une représentation du monde social dans lequel la culture et l'économie constituent les deux termes d'un antagonisme persistant. De manière symptomatique, ce n'est que depuis une trentaine d'années que la culture fait l'objet d'études économiques systématiques (Dupuis, 2004: 4).

L'économique, le culturel et l'artistique

Cette séparation conceptuelle de l'économique et du culturel en deux sphères ou systèmes de valeurs réputées incompatibles s'explique sans doute par une série de contingences (morales, sociales, etc.) qui, croisées, ont fini par décrire une configuration « évidente » dans les sociétés occidentales modernes. L'idée que la culture et l'argent appartiennent à deux sphères étrangères l'une à l'autre répond ainsi aux dichotomies fondamentales (le temporel

²³ De telles externalités, en particulier dans les plus grandes villes où les ressources tendent spontanément à être concentrées, sont reconnues par la pensée économique dès la naissance de la science économique moderne, soit au 18^e siècle. Dans son fameux traité *Recherche sur la richesse des nations* publié en 1776, Adam Smith affirmait par exemple: « De superbes palais, de magnifiques maisons de campagne, de grandes bibliothèques, de riches collections de statues, de tableaux et d'autres curiosités de l'art et de la nature font souvent l'ornement et la gloire, non seulement de la localité qui les possède, mais même de tout le pays. Versailles embellit la France, et lui fait honneur, comme Stowe et Wilton à l'Angleterre » (Smith, 1982 [1776]: livre II, chap. III).

vs le spirituel, le corps vs l'esprit, l'absolu vs le contingent), ancrées dans la tradition philosophique judéo-chrétienne (cf. l'analyse de *La Cité de Dieu* de Saint-Augustin par Boltanski et Thévenot (1991). Sont à cet égard révélateurs les emprunts récurrents au vocabulaire religieux dont fait encore aujourd'hui usage le discours social²⁴.

L'analyse sociohistorique et sociologique ajoutera aux causes de la construction d'une représentation antagonique de la culture et de l'économie le processus séculaire de différenciation et de spécialisation des grands secteurs fonctionnels de l'activité collective. En effet, conformément au processus de rationalisation par différenciation des activités productives analysées par Weber, le domaine de l'art s'est, à l'instar d'autres champs ou sphères d'activités sociales et culturelles, progressivement érigé en un domaine unique de compétence, développant ses propres instances de légitimation/consécration, ses propres codes ou conventions (Bourdieu, 1971). Les sociologues de l'art et de la culture s'entendent pour voir dans le développement du système industriel capitaliste en Angleterre dans la seconde moitié du 18^e siècle, puis la Révolution française sur le continent européen, le socle idéologique et politique à la constitution de cette sorte d'univers relativement autonome (auto-nomos, se donner ses propres règles). Comme le rappelle Michel Freitag (1982) :

[...] avec le développement du système industriel capitaliste, la hiérarchie unitaire synthétique des activités artisanales se décompose, pour se convertir dans l'antinomie de l'ouvrier et de l'artiste, qui comprend toute une série d'oppositions (Freitag, 1982: 22).

En suivant Freitag, ces oppositions peuvent être résumées sous la forme du tableau reproduit ci-après.

²⁴ Comme le relève Pierre Mayol, cela se voit d'abord dans le langage quotidien, alors que, par exemple, « le mot "culte" désigne, dans la vie culturelle commune, la passion pour un artiste, pour une esthétique, ou bien l'engouement des collectionneurs [...]. C'est, par exemple, le culte du "dieu" Richard Wagner, [...] le "temple" de Bayreuth, lieu de "pèlerinage", et la dimension initiatique de ses opéras, considérés [...] comme des "liturgies" » (Mayol, 1996: 51-52). Cela se voit également dans le discours théorique sur l'art et l'objet d'art, qui ne cesse de réaffirmer la proximité des univers religieux et artistiques : de la perte déplorée de l'aura de l'œuvre d'art avec la « reproductibilité technique » chez Walter Benjamin (Benjamin, 2008 [1939]), à l'imposition plus récente d'un discours sacralisant chez l'historien d'art Jean Clair qui affirme la nécessité d'une approche de l'art fondée sur la foi (Clair, 2007). Cela se voit, enfin, dans une importante tradition sociologique qui, à la suite des travaux du sociologue français Pierre Bourdieu, fait usage de la notion de croyance pour principalement dévoiler, sinon dénoncer, les mystifications de la « religion de l'art ». De manière générale, on se plaît à décrire les déplacements de certaines formes de l'organisation religieuse vers le monde artistique : les pratiques culturelles sont abordées à l'égal des pratiques religieuses, les musées d'art sont envisagés comme les temples de la modernité, etc.

Figure 1. De la spécification sociale du domaine de l'art

ARTISANAT	
ART	TRAVAIL
Valeur expressive et identité	Valeur marchande et utilité
Création	Exécution
Spontanéité et autonomie	Dépendance et aliénation
Nécessité idéale ou formelle	Déterminisme empirique et contraintes fonctionnelles
Transcendance sociale	Immanence socio-économique
Vocation et appel individuel	Besoin et contrainte collectifs
Subjectivisme	Objectivisme
Synthèse existentielle, totalisation	Spécificité fonctionnelle
« Expressif »	« Instrumental »

Source : d'après Freitag, 1982.

Alors que la dimension expressive inhérente aux activités artisanales devient la finalité objective distincte et exclusive de l'activité artistique, un double antagonisme essentiel et irréductible entre « œuvre » et « produit », « art » et « travail » organise un nouveau regard sur le travail de création qui détache l'artiste de la communauté des travailleurs. Des travaux empiriques ont bien montré comment ce processus d'autonomisation de la sphère culturelle artistique par rapport aux autres sphères de la vie sociale se double d'une dynamique endogène d'affirmation de la valeur proprement culturelle de l'art (valeur esthétique, historique, sociale, spirituelle, etc.), d'une part, et de rejet de tout principe d'organisation hétérogène (économique, politique, religieux...), d'autre part²⁵. C'est ainsi que la vie artistique tend progressivement à s'affranchir de la tutelle des autorités théologico-religieuses, puis politiques (Moulin, 1992; Schaeffer, 1992; Heinich, 1993).

Ce vaste mouvement d'autonomisation de la création culturelle, dont les traces se repèrent dès le Moyen-âge (Moulin, 1992: 250), évolue de façon significative avec le passage à une organisation moderne du marché des biens culturels vers la fin du 18^e en Europe, le grand tournant en ce domaine étant le milieu du 19^e siècle. À la faveur d'une conjoncture historique

²⁵ Ce processus de spécification sociale du domaine de l'art en sous-système d'activité et son organisation moderne reposent sur de profondes transformations institutionnelles et cognitives ayant opérées à la faveur de conjonctures sociales, économiques et politiques particulières. Qu'il suffise de dire ici que l'affirmation historique de l'autonomie de l'art jusqu'à la période moderne prend appuie sur l'apparition successive, pour chaque sphère d'activité, de modes concurrents d'organisation de la vie artistique, d'un corpus d'œuvres et de carrières canoniques, qui dressent progressivement une barrière entre les artistes et les autres : artisans, artisans d'art, artistes amateurs....

favorable, divers dispositifs institutionnels se mettent en place, supportant une conception individualiste de la création, mais aussi la reconnaissance en la valeur de l'art « pur », c'est-à-dire sans autre but que lui-même, tel que le résume au mieux la célèbre formule née au 19^e siècle de « l'art pour l'art ». Le sens de cette formule évolue tout au long du 19^e siècle, corrélativement à la redéfinition sociale de l'image de l'artiste: si le propos est d'abord esthétique (les « beaux-arts » sont unifiés depuis la Renaissance sous le principe de l'imitation de la « belle nature »), les idées et les valeurs du courant romantique renouvellent le regard porté sur l'art et déplacent peu à peu l'attention de l'objet vers l'activité.

Les artistes... et les autres

En effet, l'idéologie charismatique de l'artiste, hautement proclamée par les romantiques, impose au cours du 19^e siècle une conception de l'artiste par essence désintéressé, aussi bien sur le plan pécunier que sur le plan de la reconnaissance publique (Moulin, 1992). Placé désormais sous le registre de la vocation (la « réalisation de soi » dans un projet, l'investissement désintéressé, etc.), le travail artistique authentique est largement considéré à la fin du 19^e siècle comme devant relever d'une logique opposée à celle de l'argent, et la valeur artistique apparaît comme inversement proportionnelle au succès commercial (Bourdieu, 1992). Cette posture de l'artiste émerge en lien étroit avec le phénomène social et artistique de la bohème, tel qu'il se définit durant la seconde moitié du 19^e siècle, par et à travers un important corpus d'œuvres peintes, chantées et écrites. Les représentations naissantes du phénomène socio-historique de cette bohème-artiste sont popularisées entre autres par les écrits de Henry Murger, en particulier grâce au succès de son recueil publié en 1851, *Scènes de la vie de bohème* (Murger, 1988 [1851]). Elles donnent rapidement lieu à la production et à l'internationalisation d'un imaginaire constitutif de « la vie d'artiste », conjuguant un fond commun d'idées ou de mêmes *topoïs* autour du caractère foncièrement oppositionnel de la création exploratrice.

Prenant appui sur l'existence d'une bohème parisienne majoritairement composée de jeunes peintres et écrivains désargentés, cet imaginaire de la bohème-artiste met en scène une jeunesse bouillante, moderne, décalée ou excentrique et foncièrement urbaine: la bohème n'est possible qu'en « ville »; elle exclut d'office la « province ». L'artiste est irrémédiablement lié à l'expérience du milieu urbain, en particulier à l'art de la flânerie, qui s'invente avec la modernité et le développement des grandes métropoles (cf. *Le peintre de la vie moderne* (1990 [1863]) chez Baudelaire). Les éléments centraux du mythe qui se met en place jouent ainsi sur la marginalité sociale, la rue, l'aventure, la fantaisie et l'attachement

à la liberté individuelle, mais aussi sur l'anticonformisme voire la révolte contre l'ordre établi, un sentiment anti-bourgeois et l'aspiration à un autre monde. Dans les faits et peut-être plus encore dans les imaginaires, le divorce entre les valeurs dominantes de la société – de l'économie, de la productivité, du profit – et la création artistique se cristallise autour d'antagonismes de classe, opposant un « art de vivre bohème » à un « art de vivre bourgeois » (Grana, 1964).

Tandis que la bohème parisienne cristallise par et à travers ses œuvres la figure de l'artiste romantique voué au culte de l'Art pur et l'inscrit dans les modèles esthétiques de l'errance et de la flânerie urbaine (sources de stimulus créateur), l'idée de la ville comme berceau naturel de l'expérimentation et de l'innovation constituera un des thèmes fondateurs de la sociologie urbaine. La question du rapport entre culture, art et ville anime en effet au tournant du 20^e siècle les grands débats de la sociologie allemande naissante. Weber, Simmel et Tönnies, parmi d'autres, se préoccupent des effets de la vie dans les grandes villes sur le développement psychique et artistique du citoyen. Ils défendent alors une vision positive de l'expérience urbaine, dans la mesure où la grande ville, définie à travers les notions d'hétérogénéité et de densité, procurerait à l'homme un nouvel espace de liberté et favoriserait son développement individuel. L'idée sera reprise et prolongée, entre autres, par Richard Sennett (1970).

Les représentations de la bohème artistique produites par les divers groupes pouvant y être associés montrent bien que, de la « bohème de chic » à la « bohème intégrale », différentes formes de Bohèmes coexistent à travers les âges et les époques. Aussi, la « bohème d'artiste », n'est pas toujours une revendication d'une esthétique du choc ou de la confrontation²⁶. L'existence de cette posture contestataire ou de la marginalité aurait néanmoins profondément marqué les imaginaires occidentaux, au point qu'une bohème parisienne des arts et des lettres soit devenue une sorte de paradigme durable. Des sociologues de la culture, à l'instar de Pierre Bourdieu (1992) et Nathalie Heinich (1991; 1993; 2005), attribuent à la constitution et la popularisation de cette posture de l'artiste-bohème au cours du 19^e siècle un rôle clé dans la formation d'un champ littéraire et artistique, capable de se doter bientôt de sa propre culture, de ses mythes et de ses légendes, qui enracinent sa mémoire dans l'épaisseur du temps : la vie de bohème constitue

²⁶ Le thème de la bohème artistique a généré une très abondante littérature autour de l'histoire du mot et de l'histoire du fait. Parmi les ouvrages généraux sur la bohème au XIX^e siècle, le lecteur intéressé lira avec profit celui de Jerrold Seigel (1991 [1986]).

un « *mythe fondateur de statut, constructeur de vocations, créateurs de réalités* » (Heinich, 2005: 39). Empruntant à cette tradition de la bohème dont elles rejouent tour à tour l'héritage, les avant-gardes historiques (futurisme, dadaïsme, surréalisme...) perpétueront au 20^e siècle la fracture entre l'art et le social, en poussant à son comble la volonté de rupture avec les traditions et les codes établis, tant sur le plan formel-esthétique que social.

Du Marché à l'État, pour toujours plus d'autonomie

En schématisant à l'excès le tableau habituel dépeint par les sociologues de l'art pour rendre compte du double mouvement d'autonomie (professionnelle et esthétique) et de transformation organisationnelle du « système » de l'art, il est ainsi possible de dire que « *l'art devient une activité autonome, par le jeu combiné de la division du travail et de l'expansion marchande* » (Attau, 2001: 45). Suite à l'apparition des politiques culturelles dans l'après Seconde Guerre et l'existence corollaire d'une délimitation institutionnelle d'un secteur culturel, le système étatique dans le secteur culturel se juxtapose au système du marché comme mode de reconnaissance sociale et comme mode de professionnalisation de l'artiste. Au moins jusqu'à ces dernières années, ce système tendra toujours plus à se substituer aux agents économiques privés pour arbitrer l'allocation des ressources en faveur des arts et des créateurs (Urfalino, 1989). En effet, doté d'une image de secteur « improductif » où une logique de service public est à l'œuvre, la culture et, en particulier, les formes avancées de l'art contemporain se voient doublement justifiées d'une politique publique de soutien. Aussi :

[L]es politiques sont largement pensées et justifiées dans un rapport négatif au « marché ». C'est le cas dans la conception libérale classique, qui confie à l'État les tâches que « le marché » ne peut assumer – comme la protection du patrimoine. C'est le cas également lorsque l'intervention culturelle publique est pensée et présentée comme un moyen de préserver les activités culturelles et artistiques « des lois du marché » – que l'on pense au prix unique du livre ou au soutien à la création « non rentable » (Dubois, 2001: 33).

Le développement d'un État-providence culturel dans la plupart des pays occidentaux aurait ainsi tendu à maintenir, voire à accroître, le caractère autonome de la création artistique, du point de vue financier et esthétique.

En somme, un réseau de causes (la proximité par nature du religieux et de l'artistique, la logique propre de structuration du champ de production culturelle, le procès historique d'institutionnalisation d'une différenciation essentielle entre le social et le politique, d'une part, et entre le social, le culturel et l'artistique d'autre part) explique que, depuis plus d'un

siècle et demi, la subordination de l'art à l'économie soit une exception et, qu'à l'inverse, sa relative autonomie (son « insubordination ») soit la règle. Cette séparation conceptuelle de l'économique et du culturel se serait d'ailleurs traduite jusqu'à récemment par la propension des chercheurs en sciences sociales « à établir une distinction fondamentale entre deux types de centres urbains, à savoir les villes de l'industrie (comme Manchester ou Clermont-Ferrand) et les villes de l'art (comme Florence ou Bruges).» (Leriche et al., 2008a: 22).

L'intégration de la culture aux actions de développement

À compter des années 1970-80, la question des retombées positives de l'aide à la culture, aux créateurs et à la création est toutefois progressivement élargie, explorée et intégrée à des perspectives variées, non nécessairement exclusives : l'activité artistique et culturelle est de plus en plus perçue et thématisée comme un vecteur de « développement endogène », qu'il soit social, économique, urbain ou plus strictement culturel (artistique/esthétique)²⁷. Cette intégration de la culture dans les processus de développement marque un infléchissement significatif aux cadres cognitif, normatif et instrumental de l'action publique culturelle. En effet, la notion nouvelle de développement culturel fait clairement appel à l'idée économique de « croissance » et de « planification ». Partant, elle conduit à concevoir le soutien étatique à la culture moins en termes de subvention qu'en termes d'investissement. Elle conduit également à promouvoir une logique d'action qui tend à fléchir d'un projet de démocratisation de la culture (« la Culture pour tous ») vers celui dit de la démocratie culturelle (« la culture de tous et par tous ») (Bellavance, 2000).

C'est à cette époque que la notion de la « ville créative », en tant que modèle de développement urbain par la culture, commence à prendre forme. Un groupe de chercheurs gravitant dans l'orbite de Comédia, une agence-conseil en planification urbaine fondée en 1978 par le sociologue britannique Charles Landry, développe progressivement la notion

²⁷ Le développement endogène trouverait ses premières formalisations théoriques dans les travaux de John Friedmann et Walter Stöhr à la fin des années 1950 (Koloso, 1997). Dans les décennies suivantes, des économistes (Romer, 1986, 1990; Lucas, 1988) n'hésiteront pas à attribuer aux régions la capacité de stimuler leur propre croissance économique, notamment par les innovations et les nouvelles technologies. Publiés à compter de 1991, les Rapports mondiaux sur le développement humain du Programme des Nations Unies pour le développement ont sans nul doute accéléré la diffusion de ce nouveau paradigme en matière de croissance et développement des territoires. L'archéologie de la notion de développement culturel demande, pour sa part, de remonter au moins jusqu'au début des années 1970 et les réflexions d'Augustin Girard conduites pour le compte de l'UNESCO. En 1979, au Québec, Camille Laurin et Fernand Dumont reprendront à leur compte cette notion dans leur Livre blanc sur la culture.

pour défendre l'idée selon laquelle la mutation positive de la ville et de ses quartiers les plus en difficultés implique d'abord un changement qualitatif, qui ne peut se faire sans l'épanouissement d'un « milieu créatif ». Un tel milieu doit en particulier générer des déséquilibres féconds, qui permettront de trouver des solutions originales aux problèmes, de se défaire des schémas préconçus, d'ouvrir de nouvelles perspectives et d'explorer des possibles insoupçonnés dans le contexte concurrentiel d'une économie devenue mondiale²⁸. Le développement d'une culture de la créativité est ainsi posé au moteur du développement urbain et les questions d'autonomisation (*empowerment*) personnelle, communautaire et politique sont données pour centrales. La valorisation du potentiel de la culture pour le développement économique urbain renvoie dans cette optique à une acception large de la notion, c.-à-d. telle que définie à travers les activités et les industries culturelles, mais aussi et plus encore à travers l'ingéniosité et la capacité d'invention de tout un chacun. Dans cet esprit, la présence sur le territoire des arts et des artistes – entendu comme véhicule privilégié de critique sociale – et, plus largement, la coexistence de différentes cultures sont vues comme autant de facilitateurs pour briser les routines, développer cette pensée créatrice et favoriser l'innovation. Co-écrit par Charles Landry et Franco Bianchini, un des premiers manifestes de ce mouvement de la régénération urbaine par la culture sera publié en 1995 par Demos/Comedia sous le titre *The creative city*²⁹.

À la suite de nombreux observateurs, il est possible de voir dans l'émergence et la diffusion de ce type de raisonnement l'amorce d'un changement de paradigme de la culture en faveur d'un tournant résolument pragmatique :

Un glissement s'opère, dans un certain nombre de rapports ou études publiés par les ministères ou les organismes internationaux (OCDE), du développement culturel pour les territoires au développement local par la culture du territoire. (Bernié-Boissard, 2008).

²⁸ Selon Peter Hall, le terme « creative milieu » aurait été avancé pour la première fois en 1978 par un chercheur suédois affilié à l'université de Lund, Gunnar Törnqvist (Hall, 2000: 644). Hall développera lui-même les idées à la base de cette notion pour soutenir l'hypothèse selon laquelle un milieu urbain créatif – sur le plan artistique, scientifique ou technologique – est le produit spatio-temporel d'une convergence de plusieurs facteurs, notamment une certaine « instabilité créatrice » (Hall, 1998).

²⁹ Landry avait déjà éprouvé empiriquement le concept de ville créative à l'occasion d'une étude réalisée au sein de Comedia, *Making the most of Glasgow's cultural assets: The creative city and its cultural economy* (Landry, 1991). Dix ans plus tard, en 2000, il synthétisera sa réflexion de praticien dans *The creative city : A toolkit for urban innovators* (Londres: Earthscan Publication Ltd), qui popularisera à plus grande échelle le concept. La première référence à la « ville créative », en tant que mode ou modèle de développement urbain par la culture, aurait été faite à l'occasion d'un séminaire organisé conjointement en 1988 par l'Australia Council, la ville de Melbourne et le ministère de l'aménagement et de l'environnement de Victoria (Landry, 2006: 44).

La montée en puissance au cours de ces trente dernières années de cette conception particulière des arts et de la culture comme vecteur de développement territorial se lit dans moult documents internationaux; des instances comme l'UNESCO et le Conseil de l'Europe jouant certainement, aux côtés de l'OCDE, un rôle majeur dans sa promotion et sa diffusion. À compter de la deuxième moitié des années 1990, le consensus émanant de ces instances internationales ne fait pas de doute³⁰. Un rapport plus récent produit pour le compte du Dialogue Asie-Europe ou ASEM (*Asia-Europe Meeting*) reprend le condensé d'une pensée dont l'expression, par les emprunts répétés au lexique des économistes, traduit de surcroît le caractère fortement « économisée » d'une culture désormais mise au service du développement territorial:

La culture constitue à un double titre un facteur de développement. À titre direct, dans la mesure où la production et le commerce de biens et de services culturels (édition, édition phonographique, spectacle vivant, audiovisuel, multimédia, architecture, design) est un secteur fortement créateur de richesses et d'emploi. De façon indirecte, mais non moins décisive, parce que l'accès des populations à la culture est source d'externalités positives utiles à la croissance, telles que la créativité des individus, la cohésion sociale, l'ouverture sur le monde, etc. C'est pourquoi les politiques de développement comportent de plus en plus fréquemment une composante culturelle. (ASEM (*Asia-Europe Meeting*), 2005).

Cette idée d'un développement possible par la culture s'impose progressivement des deux côtés de l'Atlantique. Associée à la ville, elle se traduit concrètement par une politique volontariste des pouvoirs publics sur des tissus urbains souvent disqualifiés. Ces orientations nouvelles données à l'action publique culturelle sont en partie liées aux changements globaux affectant les modes de développement, les sociétés et la géopolitique. Les pressions et opportunités liées à la mondialisation, notamment, génèrent des dynamiques économiques, sociales et spatiales inédites (désindustrialisation, tertiarisation des économies, croissance des mobilités...), qui conduisent directement ou indirectement à revoir la manière d'envisager le potentiel social et économique de la culture dans un contexte de « crise » des territoires.

³⁰ Entre 1998 et 1999, l'UNESCO, la Banque mondiale et le Conseil de l'Europe publiaient respectivement Rapport mondial sur la culture : culture, créativité et marchés (UNESCO, 1998); Culture and Sustainable Development: A Framework for Action (Duer, 1999); et La culture au cœur: contribution au débat sur la culture et le développement en Europe. Ces trois documents soulignent pareillement l'importance de la dimension culturelle dans le développement économique et social des collectivités. Quelques années plus tard, l'OCDE promeut à son tour le rapprochement culture-économie-territoire, dans Culture and local development (2005).

Crise de l'industrie et crise des territoires

Cette crise des territoires semble d'abord être celle des collectivités territoriales et de la citoyenneté alors que, dans un contexte de « globalisation » de la production et des marchés, d'une nouvelle division internationale du travail et de redéfinition des économies locales, une polarisation ou dualisation socio-économique, couplée d'une dualisation spatiale, apparaît marquer toujours plus profondément de nombreux espaces métropolitains, en Amérique du Nord et outre Atlantique (Castells et Mollenkopf, 1991; Sassen, 1991; Fainstein, Gordon et Harloe, 1992). Ces processus affectent plus particulièrement le cœur de certaines agglomérations urbaines qui, avec le déclin de leurs secteurs industriels classiques, l'apparition de friches et la dégradation générale de la qualité de vie, voient les problèmes s'enchaîner : chômage, aliénation, insécurité, stagnation économique. Nourris par les médias et portés par de nombreux analystes du fait urbain, les discours pessimistes sur le déclin des villes et la crise des territoires imprègnent l'imaginaire social et convainquent de la nécessité d'agir (Macek, 2006). Pour « conjurer la crise », les initiatives individuelles et collectives, privées et publiques, associatives ou entrepreneuriales prolifèrent de façon variable d'un territoire à l'autre, tandis qu'une nébuleuse de vocables techniques, parés du « re » en préfixe, est utilisée pour exprimer ce besoin de « récupérer » la ville : rénovation, restauration, réhabilitation urbaine...³¹

Qu'elle soit définie à partir de ses secteurs d'activités ou comprise dans l'acception plus anthropologique du terme, la culture est dès lors associée à diverses stratégies de revitalisation urbaine, basées sur la requalification d'espaces urbains, la reconstruction d'une image et d'une identité urbaine ou encore l'amélioration du cadre de vie des citoyens par la rénovation des bâtiments et la restauration du patrimoine architectural. Cette instrumentalisation de l'action publique culturelle par et pour les villes a d'abord des visées sociales et politiques. Pour contrer au premier chef une polarisation sociale croissante et l'affaiblissement des liens sociaux, les initiatives locales et régionales de création d'équipements culturels de proximité, de mécénat ou d'intégration culturelle se multiplient. Ces initiatives sont menées dans une perspective de (re)construction identitaire individuelle et collective, de valorisation d'un patrimoine culturel commun, à travers des problématiques

³¹ Suivant les définitions de Maurice Blanc (Blanc, 1979: 5), la « rénovation » urbaine, au sens strict, consiste à détruire les immeubles existants pour faire place aux constructions neuves, la « restauration » consiste pour sa part à remettre en état les constructions anciennes, tandis que la « réhabilitation » est une restauration limitée aux installations sanitaires (mise aux normes d'habitabilité).

touchant l'intégration sociale, la cohésion sociale et la qualité de vie des citoyens. La littérature francophone documente abondamment cette mise en scène de la culture dans la ville en tant que vecteur de développement social (Bossu, Tranchant et Vignot, 1996; Weber et Delgado, 1996; Petrova et Mayol, 1998).

Mais c'est plus largement pour enclencher une nouvelle dynamique de développement urbain que l'on voit une possibilité de capitaliser sur la culture. À compter du milieu des années 1980, l'action publique culturelle sert en effet plus délibérément des stratégies globales de reconquête urbaine, ayant pour visées premières la réintroduction de l'économie dans des territoires qui ne sont plus irrigués par les flux économiques. Ces territoires sont en particulier ceux des centres-villes qui, s'ils sont durement affectés par le mouvement de désindustrialisation à l'œuvre depuis la fin des années soixante dans les pays industrialisés, le sont aussi par la suburbanisation des activités, des emplois et des franges les plus aisées de la population. Dans ce contexte, le nouveau discours économique, s'il mise sur les attributs et propriétés culturelles des territoires, se conjugue ou se juxtapose le plus souvent à un discours d'ordre « social » : le renouvellement urbain qu'il promet a pour ambition une amélioration générale de la situation sociale dans un contexte de mutation économique, entraînant par lui-même un certain développement social en mesure de pallier l'accroissement des inégalités.

La détermination d'une plus-value économique

Cette inflexion du discours a certainement partie liée avec l'adoption rapide et massive par les villes de nouvelles approches dites « entrepreneuriales », qui appliquent en matière de développement urbain un principe fondateur du néolibéralisme, appelé principe de ruissellement (*trickle down effect*)³². Elle a également sans doute beaucoup à voir avec l'importance croissante qu'acquière les enjeux économiques liés au secteur culturel dans les années 1970-80. En effet, la mondialisation des échanges et le développement des

³² Selon ce principe, les profits du capital privé et, plus largement, la croissance économique de la ville sont censés bénéficier par « ruissellement » à tous ses habitants et, *in fine*, à toutes les villes concurrentes (Leitner et Sheppard, 1998). Les observations conduites par l'OCDE (2007) sur les changements qui s'observent à compter des années 1970 en matière d'aménagement de l'espace urbain indiquent bien l'écho favorable qu'ont obtenu le discours et les pratiques de ce nouveau paradigme entrepreneurial, promu par diverses instances internationales et peut-être l'OCDE au premier chef : « On a reconnu que l'apport de services publics supplémentaires aux « infortunés restants que l'État-providence n'avait pas encore atteints était une stratégie mal pensée, palliative et probablement futile ». Ce qu'il fallait faire était clair : inciter de nouvelles entreprises, de nouveaux emplois et une population économiquement active à revenir dans le centre des villes afin d'y régénérer l'infrastructure économique. ». (OCDE, 2007: 20-21).

communications de masse, parmi d'autres facteurs permissifs, ont favorisé l'essor dans la seconde moitié du 20^e siècle d'une nébuleuse d'industries accolées au secteur traditionnel des arts : la musique, le cinéma, l'édition... Ces industries, qui produisent des objets hybrides, à la fois culturels et industriels, ajoutent une plus-value à caractère économique à la création artistique et, partant, concourent à l'affirmation du secteur culturel comme vecteur de développement économique et territorial. La réhabilitation conséquente de l'économie dans le discours culturel se traduit par l'effacement progressif de la connotation négative que portait jusqu'alors l'expression d'industrie culturelle, telle que développée dans la perspective de critique radicale de l'École de Francfort (Tremblay et Lacroix, 2002: 264)³³. Le glissement s'opère à travers la substitution de la notion d'industrie culturelle (au singulier) par celle d' « industries culturelles » (au pluriel); cette dernière notion, plus neutre, renvoyant à l'idée que la culture est un secteur d'activité économique parmi d'autres.

L'intérêt croissant porté au potentiel économique de la culture comme instrument de développement territorial engage également la reconnaissance institutionnelle du pluralisme culturel. Suivant des visées sociales et politiques, mais aussi dans une perspective de promotion du développement économique par la culture, on se fait attentif à la pluralité des pratiques, des offres et de la consommation culturelle présente sur un territoire. Comme le note Xavier Dupuis, à partir du cas français :

L'insertion dans l'économie, c'est aussi l'insertion dans la vie quotidienne, c'est aussi étendre la reconnaissance ministérielle par l'octroi du label « culturel » et, ainsi, élargir son champ de compétences à des domaines plus proches d'une majorité de citoyens (rock, bande dessinée, design, et même mode et gastronomie). Une logique qui trouvera son aboutissement dans ce que certains nommeront le « tout culturel », la médiatisation, les fêtes (dont la Fête de la Musique sera la première). Tout ce discours se révélera particulièrement efficace et confèrera à la dépense publique en faveur de la culture une légitimité reconnue par tout le corps social. Contre toute attente, les professionnels du secteur culturel s'empareront et s'approprièrent également le discours par opportunisme et/ou pensant y trouver une nouvelle légitimité. (Dupuis, 2004: 8).

³³ Pour mémoire, Adorno et Horkheimer créent en 1944 le terme d'industrie culturelle pour traduire un processus croissant d'industrialisation des modes de production et de distribution des biens culturels (Adorno et Horkheimer, 1974 [1944-1947] 129-176). Ces philosophes de l'École de Francfort sont d'une extrême radicalité à l'égard de la « marchandisation » de la culture, de la multiplication des biens culturels et de leur extension au plus grand nombre. Pour eux, globalement, toute cette production sérialisée, qu'elle soit cinématographique ou radiophonique, qu'elle soit romanesque ou même plastique, sert à normaliser, normaliser et ainsi « transformer l'individu en masse ». Adorno et Horkheimer tracent ainsi une limite bien claire entre « l'art autonome » (les arts, au sens strict) et la culture issue des formes industrialisées de créativité. L'école de Francfort devient après la Seconde Guerre mondiale un important courant de pensée et a une influence énorme sur la vie intellectuelle des années soixante.

Cette dernière remarque sur le renouvellement du principe de légitimation de la dépense culturelle publique demande, pour être bien comprise, un certain recul historique. En effet, dans le dernier tiers du 20^e siècle, la difficulté politique de soutenir une opposition hiérarchique entre une haute culture (*high-culture*), vite associée à l'élite, et une basse culture (*low-culture*), issue de la masse populaire, devient très grande³⁴. L'accréditation de la pluralité non hiérarchisable des différents types de productions culturelles (et des différentes formes d'appréciation que ceux-ci supposent) s'ajoute ainsi aux dynamiques d'évolution des produits eux-mêmes et à l'extension du rôle du marché, pour favoriser l'adjonction de politiques de réhabilitation ou d'affirmation des cultures minoritaires / marginales / ordinaires / populaires aux politiques traditionnelles de conversion et de prosélytisme. Aussi, il est possible de dire que la régression de l'élitisme artiste ou la « démocratisation » de l'idéal de créativité dans les années 1960 précède son « instrumentalisation » au service de finalités socio-économiques dans les années subséquentes (Génard, 2003).

Tel qu'on l'observe à l'échelon local, l'assimilation de la culture à un facteur de développement économique et urbain a certainement été favorisée, là encore, par des enjeux politiques autant sinon plus que par des facteurs proprement économiques. En effet, dès les années 1970 et dans un contexte généralisé de décentralisation ministérielle, plus de pouvoirs, mais également plus de responsabilités sont légués par les paliers supérieurs de gouvernement aux administrations locales, les incitant de fait à une prise en charge plus importante de la culture³⁵. Or, au-delà du rôle de gouvernement local qui leur est dévolu et/ou qu'elles sont prêtes à jouer, les villes, à tout le moins dans la province québécoise, perçoivent de façon très variable la pertinence de s'engager dans le développement culturel en dehors de leurs champs traditionnels de compétences. D'autant plus que, en matière de gestion des affaires publiques, le Québec n'échappe pas à la tendance générale en

³⁴ Les valeurs qui sous-tendent la conception politique de l'action culturelle sont fortement remises en cause à la fin des années 1960, alors que, sous l'effet d'une série de facteurs conjugués, la montée du pluralisme et du relativisme culturels dans les sociétés occidentales modernes se fait concomitante à l'effritement du principe unanimiste et universaliste au fondement des politiques traditionnelles de conversion et de prosélytisme à une « haute culture », instituée ou en voie de l'être. Au nom du pluralisme des goûts et des couleurs, de l'hétérogénéité des groupes et des valeurs, on conteste l'opportunité pour des États démocratiques d'imposer « par le haut » une excellence artistique, entendue comme un ensemble prédéterminé de valeurs, d'expressions et de produits culturels à défendre ou à promouvoir.

³⁵ Ce renforcement de l'autonomie des villes et des administrations urbaines en matière d'action culturelle est constaté partout en Europe et gagne rapidement ce côté-ci de l'Atlantique. Bien qu'elle ne soit pas aussi affirmée au Québec qu'ailleurs, particulièrement en France, l'adoption en 1992 de La politique culturelle du Québec marque néanmoins clairement cette tendance en faveur d'une « municipalisation » de la culture » (De La Durantaye, 2002: 1011), selon l'expression forgée par Philippe Urfalino (1987).

Amérique du Nord : le discours municipal en faveur d'une réduction des charges fiscales bat toujours en popularité les engagements en matière de culture. Au final, les arts et la culture héritent en proportion de peu d'argent structurant, exception faite peut-être du patrimoine bâti et de l'urbanisme, moins éloignés des préoccupations « traditionnelles » (Gauthier et Roy-Valex, 2005).

Dans ce contexte, la diffusion d'une vision économique de la culture et les croyances qui y sont associées offre certes de « bons » arguments pour reconstruire les cadres de la légitimation de l'action publique : la culture n'est plus « contre-productive », du point de vue économique comme social, dans la mesure où il n'y a plus de différence évidente entre progrès économique et progrès social. De façon symptomatique, ce discours est repris au Québec dans le cadre d'un nouveau militantisme des organisations artistiques professionnelles qui, pour soutenir la revendication de meilleures conditions de vie et de pratique des artistes, investissent des réseaux et associations à but non lucratif voués à la promotion des arts en milieu urbain, tels Les Arts et la Ville (créé en 1987) et Culture Montréal (depuis 2002)³⁶.

De fin à moyen

Requalification, restructuration et attractivité

Envisagées dans une perspective stricte de régénération économique urbaine, les vertus territoriales reconnues à la culture ont plus exactement pour mots-clés: requalification, restructuration et attractivité. D'une part, la requalification de l'environnement urbain semble s'imposer comme un enjeu majeur des actions artistiques et culturelles conduites dans l'espace public. Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, le recul absolu et relatif des secteurs industriels classiques (charbon, sidérurgie, textile, zones portuaires, terrains militaires...) dans les pays hautement urbanisés et industrialisés contraint l'ensemble des villes à procéder à la reconversion d'anciennes installations portuaires ou industrielles. La

³⁶ Si les effets de la territorialisation de l'action culturelle publique à l'échelon local se traduisent par une appréhension toujours plus économique des choses de l'art et de la culture, on comprend qu'il s'agirait ici de déplacer l'angle de compréhension : la rhétorique économiste (à défaut des pratiques) est en effet moins à envisager sous l'angle du primat accordé à l'économie dans la détermination d'une plus-value à l'action culturelle que comme une justification construite par des acteurs stratégiques, en somme une sorte d'« économicisation de la culture en trompe l'œil ». Pour le développement de ce type d'hypothèse, voir par exemple : Gandon (2006).

requalification de friches industrielles en centre culturel, notamment, apparaît alors une stratégie bon marché (Foord, 1999), d'autant plus que les grandes agglomérations urbaines bénéficient souvent de la concentration « naturelle » d'artistes (Menger, 1993; Santagata, 2002), *a fortiori* les quartiers centraux désertés par l'industrie traditionnelle (Vincent, 1997).

L'accélération du processus de désindustrialisation allant globalement de pair avec une tertiarisation croissante de l'économie, c'est dans un même mouvement que de vastes programmes de transformation de la base économique d'anciennes villes manufacturières sont mis sur pied pour faire de celles-ci des villes de culture et de services. Face à la montée des industries dites culturelles dans les économies nationales et transnationales (tourisme culturel, industries de la culture et du divertissement)³⁷, le développement du marché de l'emploi culturel, mais aussi l'ouverture de marchés extérieurs pour les biens culturels sont perçus à compter des années 1970-80 comme un des leviers possibles du développement économique des villes et de leur rayonnement à l'international (O'Connor, 1999b; Coalter, 2001). La politique culturelle devient dans ce contexte un véritable outil de restructuration urbaine. Les villes de Barcelone et Bilbao en Espagne, celle de Glasgow en Écosse, celle de Dublin en Irlande constituent bientôt aux yeux des observateurs autant d'expériences « exemplaires » (Saint-Pierre, 2002) de telles stratégies de reconversion par la culture dans la relance d'économies urbaines.

Enfin, si la culture est appelée à jouer un rôle croissant dans la fabrique des villes, c'est aussi en tant que vecteur d'attractivité fort pour les territoires. Dans un environnement économique et politique où les rapports de concurrence entre les villes ou les régions urbaines se veulent globalement plus rudes qu'auparavant (mouvements de décentralisation politique, mondialisation de la production et des échanges, main-d'œuvre mobile...), les stratégies visant à hausser l'efficacité territoriale n'apparaissent plus suffisantes à garantir la croissance. Pour tenir sa place dans le jeu de la concurrence économique interurbaine et internationale, les villes ressentent l'urgence de renforcer leurs capacités d'attraction: attraction d'investissements productifs extérieurs, attraction de capital financier investi dans les activités intérieures, attraction d'activités et d'emplois « délocalisés », attraction d'une main-d'œuvre qualifiée... Dans cette perspective, les politiques de compétitivité et

³⁷ On comprend que la délimitation du champ des industries culturelles pose, d'un point de vue heuristique, les mêmes problèmes que celui de la culture elle-même. Les industries assimilées, à tort ou à raison, à la culture, excluent d'ordinaire les « beaux-arts » et l'architecture ainsi que les spectacles vivants, pour ne retenir que les biens faisant l'objet de processus de production industrielle et les activités commerciales associées au divertissement et aux médias de masse.

d'attractivité territoriales, si elles ont été traditionnellement bien dissociées, voire jugées antinomiques, apparaissent de plus en plus porteuses de complémentarités importantes. Comme l'expose Frédéric Tesson, à la suite de plusieurs autres et de manière d'autant plus concise:

La nécessité de « créer un climat favorable aux entreprises », c'est-à-dire aux classes dirigeantes et salariées y travaillant, a forcé les municipalités « à innover et à investir pour rendre leurs villes plus attractives en tant que centres de consommation et de culture » (Harvey, 1995). Cette nécessaire spécification qui dépasse la simple spécialisation économique s'opère via la constitution d'une identité singulière (Bautès et Valette, 2004), processus de singularisation couramment porté et développé par les pouvoirs publics locaux. La culture au sens large constitue dans ce contexte une plus-value économique pour les municipalités et l'occasion de la (re)construction d'une image territoriale valorisée, support concret et symbolique du développement d'activités économiques locales, souvent à fondement touristique (Teisserenc, 1997; Boure et Lefebvre, 2000, Bautès et Valette, 2004). La juxtaposition d'un éventail exhaustif d'activités dites culturelles peut ainsi être un « toolkit » pour le développement territorial. (Tesson, 2008: non paginé).

C'est ainsi que, dans le cadre d'une gestion urbaine entrepreneuriale et d'une collaboration plus ou moins étendue avec des acteurs privés, la rénovation, la revitalisation ou la requalification des espaces urbains par l'intégration d'activités qui ont une forte valeur en image et en communication viseront aussi, et surtout peut-être, la rencontre d'objectifs en termes de marketing urbain. Le marketing culturel urbain, entendu comme la manipulation délibérée de la culture pour mousser l'intérêt d'un lieu en fonction d'une clientèle cible (Sjoholt, 1999), use d'abord principalement d'une stratégie basée sur la culture événementielle (« méga-événements » localisée, produite sur un court laps de temps, non nécessairement récurrente : grandes expositions, salons, foires, festivals) pour « vendre » la ville aux touristes, aux investisseurs et/ou à ses propres citoyens³⁸. À ces politiques de régénération économique urbaine fondées sur l'événementiel, s'ajoutent une panoplie d'autres stratégies d'action misant sur la culture pour présenter et singulariser la ville comme un lieu où il fait bon vivre et travailler : la création d'une marque de ville, la mise en valeur de projets de prestige tel l'« exemplaire » musée Guggenheim de Bilbao, etc. Selon la taille et les ressources de la ville, ces stratégies se réalisent en partie par des ajouts à l'offre territoriale existante et en partie par le « détournement » d'outils initialement conçus à d'autres fins, notamment les festivals et les équipements culturels.

³⁸ Mis de l'avant dès 1983, le programme Cultural Cities of Europe, une initiative de l'European City of Culture, est l'une de ces initiatives politiques sur laquelle prend appui pareille vision utilitariste de la culture. Ce programme trouve depuis 2002 un pendant nord-américain au Canada, avec la création, sous l'initiative du gouvernement fédéral, du programme Capitales culturelles du Canada.

D'un point de vue économique, la culture et ses industries, par la production d'images et de symboles, apparaissent donc non seulement créatrices d'emplois et vecteur de redynamisation territoriale, elles servent aussi à façonner l' « économie symbolique » des villes (Zukin, 1995). Si le recours aux actifs et aux activités culturelles dans la fabrication des images de la ville n'est certes pas un phénomène nouveau (Ward, 1998), on insiste sur le rôle désormais stratégique dévolu à la culture pour la conception et la planification des centres urbains :

With the disappearance of local manufacturing industries and periodic crises in government and finance, culture is more and more the business of cities – the basis of their tourist attractions and their unique, competitive edge. The growth of cultural consumption (of art, food, fashion, music, tourism) and the industries that cater to it fuels the city's symbolic economy, its visible ability to produce both symbols and space. (Zukin, 1995: 1-2).

De manière révélatrice, une étude nord-américaine publiée pour la première fois en 1990 sous le titre *La ville dans ses rapports à la culture et aux arts* s'ouvre sur un constat qui n'aurait pas manqué d'étonner encore quelques années auparavant : « *de nombreuses villes ont proclamé que, dorénavant, les arts et la culture allaient être au cœur de leurs stratégies de développement* » (Latouche, 2000 [1992]).

Un modèle normatif en matière d'aménagement du territoire

En raison de ce double processus de marketing urbain et de redynamisation territoriale dont elle se veut porteuse, la « régénération culturelle » (Bianchini et Parkinson, 1993) s'impose à compter des années 1990 comme une des stratégies de développement urbain les plus efficaces, du moins des plus pratiquées. En fait, régénérer avec la culture serait en passe de devenir une orthodoxie de l'aménagement et de la revitalisation urbaine (Mommaas, 2004; Miles et Paddison, 2005). Comme l'observent Allen J. Scott et Frédéric Leriche, « *beaucoup de collectivités locales [...] commencent à s'intéresser à cette possibilité, même dans des situations où la géographie et l'histoire du lieu paraissent être préalablement hostiles à un tel développement.* » (Scott et Leriche, 2005: 216). La prolifération de quartiers labellisés culturels dans l'ensemble des villes des pays occidentaux industrialisés fournit une illustration éloquente de cette convergence de politiques similaires de renouvellement urbain, alors même que les situations politiques et territoriales peuvent être fortement contrastées. En 2002, par exemple, on dénombrait aux États-Unis seulement plus de 90 villes ayant planifiés ou développés de tels quartiers culturels (Nicolas, 2002).

En Amérique du Nord comme Europe occidentale, les observateurs critiques se montrent vite défiants face à ce type de stratégie d'instrumentalisation de la culture dans les projets urbains. Si les uns peuvent célébrer le potentiel émancipateur d'une industrie culturelle en plein essor (Hartley et Cunningham, 2001), d'autres déplorent la « marchandisation » et la privatisation croissante de la culture et de la ville, dénonçant ce qui leur apparaît être une dislocation des espaces publics et s'insurgeant contre les ressemblances accrues entre la ville et les parcs d'attractions (Zukin, 1991; 1998; Sorkin, 1992; Turner, 2002). L'exploitation délibérée de la culture à des fins marchandes dérange. En outre, ces stratégies de régénération urbaine par la culture ne sont pas sans effets pervers ou retors, non voulus ou contre-intuitifs. Les effets ou impacts du développement culturel sur les différents territoires s'avèrent en effet variables, complexes, imprévisibles et pas toujours unilatéralement bénéfiques: renforcement du mouvement de ségrégation urbaine avec la formation d'« enclave culturelle », le plus souvent orientée dans le sens des besoins d'usagers « ciblés » (clientèles corporatives, tourisme international, élites politiques et financières locales...) ; normalisation culturelle des paysages et des espaces urbains au prix de la disparition de l'identité local; restructuration trop unilatérale de l'économie urbaine autour d'une économie de créneaux; création d'emploi dans les secteurs les moins payés de l'économie; etc. (Zukin, 1995; Foord, 1999; Hannigan, 2002). C'est jusqu'aux retombées positives (économique, sociale, culturelle) des grands équipements culturels de prestige, y compris le fameux musée Guggenheim de Bilbao, qui seront bientôt questionnées (Del Castillo, 2000; Plaza, 2000).

Pour autant, l'enthousiasme suscité par les stratégies de régénération culturelle semble prendre le pas sur les critiques et les appréhensions qui les entourent : les administrations locales, fortes de l'appui des intervenants associatifs et privés (on note partout une forte implication de l'élite économique), hésitent de moins en moins à mettre la culture au cœur des projets de renouvellement urbain. C'est ainsi que, depuis plus de trois décennies, le potentiel économique de la culture est vigoureusement défendu, que se soit pour les opportunités d'emplois que génèrent ses filières économiques florissantes, les solutions qu'elle offre à la reconversion des quartiers, des villes, voire des régions en déclin, les ressources qu'elle met à disposition pour renforcer l'image de marque du territoire auprès, particulièrement, des investisseurs, ou tout cela à la fois. Sans que les méthodes mesurant l'impact économique soient toujours éprouvées et convaincantes, les supposées vertus économiques de l'action publique culturelle au niveau territorial sont désormais une forme d'évidence et de discours partagé (Sibertin-Blanc, 2008), avec pour conséquence une relativisation croissante dans le discours sociétal, scientifique et politique de l'enjeu proprement culturel du soutien public au profit de l'enjeu plus strictement économique

(Edensor *et al.*, 2009)³⁹. Les actualisations concrètes de ce registre de légitimation s'inventent dans les pratiques et les politiques urbaines à l'aune d'expériences, de catégories d'actions et de pensées plus anciennes. Elles trouvent également appui sur de nouveaux modèles d'appréhension du fait urbain, qui relayent les héritages tout en les renouvelant.

La « nouvelle économie », un nouveau dossier pour la culture

Au tournant des années 2000, un nouvel élan d'enthousiasme face au potentiel de la culture en tant qu'outil de développement économique urbain prend forme en même temps que se font jour de nouvelles perspectives d'analyse des effets de la culture sur le développement et la croissance économiques des territoires. Il en va ainsi tout particulièrement de cette hypothèse de la « nouvelle économie » qui, à travers diverses variantes théoriques, sert la promotion d'approches et d'actions largement finalisées du développement culturel local, tributaires d'une série de concepts ou notions mettant chacun en valeur la créativité et l'innovation culturelles en tant qu'éléments décisifs de la croissance et de la prospérité des territoires.

Ce nouveau référentiel n'est pas sans interroger la recomposition de la pensée même du fait culturel, au moins du point de vue de ceux qui sont en charge des politiques urbaines, invités à y voir là un « nouveau dossier » pour la culture (Baeker, 2003: 10)⁴⁰. Les résonances concrètes de ce nouveau paradigme conceptuel dans les milieux de la planification et du développement économique local se voient dans l'évolution de stratégies axées essentiellement sur la consommation et l'attraction d'investissements étrangers (avec les grands équipements de diffusion et les méga-événements culturels comme pilier majeur de

³⁹ Est à cet égard symptomatique l'apparition vers la fin des années 1970 des modèles de calcul de l'impact économique de la culture (effet direct/indirect; impact brut/induit; avantage/coût...), utilisés depuis de manière plus ou moins abusive pour justifier l'aide octroyée à une activité, un secteur ou à une industrie. Dans la foulée des rapports de 1998 produits par l'UNESCO et la Banque mondiale, plusieurs études sur l'impact économique du secteur culturel, usant de ces modèles, seront réalisées au Canada, notamment à l'échelle géographique des villes et des agglomérations urbaines (pour Montréal, voir : Juneau (1998). Au Québec, les analyses économiques du secteur culturel seraient devenues « presque routinières » (Barrieau, 2004: 19).

⁴⁰ Greg Baeker, directeur général d'Euclid Canada, une firme privée de recherche et de consultation en matière de politique culturelle, avance d'ailleurs cette formule dans un document préparatoire au colloque « Faire compter la culture: examiner les éléments constitutifs de la citoyenneté culturelle », organisé en novembre 2003 par le Réseau canadien de recherche culturelle (RCRC), le ministère du Patrimoine canadien et l'Université d'Ottawa.

la « touristification » des espaces urbains centraux) vers des stratégies davantage axées sur la production, la main-d'œuvre, les environnements productifs « innovants ».

Culture, industrie, espace

Dans le champ académique, la fréquence des travaux portant sur la culture comme composante de la performance économique des villes et de l'industrie s'intensifie à compter des années 1970 (Daviet, 2005). Selon l'analyse qu'en fait René Kahn (2007: 2), cette effervescence de la recherche correspond à une évolution de la réalité économique, alors que s'observe une forte polarisation des activités productives à l'échelle, et au profit, de certaines agglomérations urbaines. Elle correspond également à une évolution épistémologique en économie « *qui fait avancer l'idée qu'il existe des modes d'organisation de la vie sociale et de la production qui sont ancrés territorialement, c'est-à-dire pour lesquels le contexte socioculturel et historique - la spécificité des territoires - importe* » (Benko, 2007: 108). Concomitantes à cette « redécouverte » du territoire par les économistes, de nombreuses analyses géographiques d'origines diverses (les recherches sur les districts industriels et les systèmes productifs localisés (SPL), les approches des mondes possibles de production de l'école américaine, les analyses sur les milieux innovateurs ou sur les régions apprenantes...) convergent pour donner forme à un ensemble théorique plus ou moins formalisé, dont on cherche à souligner les éléments de cohérence à travers diverses appellations : « nouvelle géographie (socio-)économique », « relational economic geography » ou, encore, « evolutionary economic geography ». À compter des années 1990, la réflexion se développe sur son versant plus qualitatif, en réaction à l'approche néoclassique, plus « hard », prévalente dans le domaine de l'économie géographique⁴¹.

Dans cet esprit, la culture est d'abord appréhendée au sens anthropologique du terme, comme un ensemble intégré de normes, de représentations et de conventions sociales partagées au sein d'un territoire. Mais elle est aussi considérée pour sa capacité à produire des sensibilités culturelles, qui trouveront éventuellement leurs manifestations tangibles dans les créations artistiques et symboliques, le patrimoine, les biens culturels : livres, films,

⁴¹ Publiés à huit ans d'intervalle, deux ouvrages collectifs, *Les régions qui gagnent* (Benko et Lipietz, 1992) et *La richesse des régions* (Benko et Lipietz, 2000) se veulent tour à tour la synthèse des propositions théoriques et méthodologiques de cette nouvelle « économie territoriale » en constitution. Les Américains Allen J. Scott, Ann Markusen et Richard Florida sont au nombre de la vingtaine de chercheurs francophones et anglo-saxons qui signent une contribution au second ouvrage, paru en 2000.

musique, etc. Le rapport que les activités économiques fondées sur un produit culturel entretiennent avec le lieu géographique de la production est dès lors envisagé de manière dialectique, le concept de *place*, en tant que lieu particulier, servant toujours, au moins implicitement, l'analyse⁴². Suivant l'argument général, le lieu est le réceptacle des interactions économiques et culturelles et n'existe pas de façon inerte : il marque par ses attributs les biens et services produits localement autant qu'il se voit « marqué », en retour, par les attributs de ces produits. Dans cette dynamique, les identités culturelles des villes sont elles-mêmes des marchandises, produites, commercialisées et consommées, entre autres, sous forme de sur-value aux produits. En retour, les activités et les industries liées à la culture exercent sur ces villes un impact économique mais, aussi, symbolique (Molotch, 1996; Scott, 2000; Gravari-Barbas et Violier, 2003). Des exemples systématiquement cités prennent ici valeur paradigmatique: la porcelaine de Limoges, le cinéma hollywoodien, la haute couture parisienne...

Allant à l'encontre des thèses sur la disparition des territoires et la perte des identités culturelles locales dans un monde de plus en plus « globalisé », on défend ainsi l'existence de nouvelles formes de territorialisation autour d'un réseau hiérarchisé de villes « culturelles » (Scott et Leriche, 2005). La notion de « produit idiosyncratique » vise à mettre en relief l'existence d'un lien étroit entre les produits de l'activité économique (leur qualité communicationnelle et/ou symbolique) et les lieux mêmes de leur production. Une notion concurrente, directement dérivée de la science économique, celle de « ressource culturelle spécifique », vise pareillement à souligner le potentiel économique de la culture locale, entendue dans son sens le plus large : le patrimoine architectural ou linguistique, des pratiques culturelles et sociétales, mais aussi une sensibilité esthétique particulière, un savoir et un savoir-faire hérité, etc. L'enjeu autour de la mobilisation de ce type de ressources et leur transformation en « actif territorial » est situé tant du côté de la firme que du territoire : retrouver un sentier de croissance plus viable, accroître les avantages concurrentiels... (plus récemment: Gumuchian et Pecqueur, 2007).

⁴² Ce concept de *place*, central à la géographie anglo-saxonne, est difficilement traduisible en français puisqu'il renvoie à la fois à un lieu, au sens de localisation, à un « décor » connoté à une ambiance particulière ou attachée d'une symbolique propre, et à un point d'insertion sociale, entre le local et le global (Le Bossé, 1999; Crang, 2001). La variété de nuances qu'il supporte alimente un débat complexe, dont les ramifications vont bien au-delà les frontières de la recherche sur les composantes du développement économique régional et urbain. En ce domaine, il trouve probablement son plus proche pendant francophone dans le concept de « territoire », porteur de mêmes ambitions théoriques d'élargissement du champ d'analyse de l'économie spatiale *stricto sensu* aux facteurs de différenciation historiques, géographiques, culturels et sociaux du lieu d'origine de la production.

L'hyper-investissement dont la culture devient l'objet sur le plan de la rhétorique politique est toutefois plus particulièrement attribuable à l'élaboration et à la diffusion de deux autres notions, celles d' « industries créatives » et celle de « classe créative », qui soutiendront une rhétorique commune sur les thèmes liés de la « nouvelle économie » et des « villes créatives ». Autour de ces notions, se construit en effet un nouveau discours sur le développement culturel urbain et la place des acteurs culturels dans la cité qui, rapidement diffusé en contexte de mondialisation par les nouveaux « gourous » de la pensée urbaine (Gibson et Klocker, 2004; Peck, 2005), tend à constituer une référence dominante de l'action publique culturelle.

Des industries culturelles aux industries créatives

Ce sont d'abord les Britanniques qui, à la fin des années 1990, invitent à reconsidérer le rôle des activités économiques des professionnels des arts dans le développement et la croissance des agglomérations urbaines. Ils le feront en articulant le modèle de la ville créative, développé par Charles Landry (Landry et Bianchini, 1995; Landry, 2000) et Peter Hall (1998) parmi d'autres, aux analyses menées en termes d' « industries créatives » (*creative industries*). Ce néologisme figure une première fois dans une étude économique, le *Creative Industries Mapping Document* (DCMS/CITF, 1998), réalisée par le Creative Industries Task Force (CITF) pour le compte du Department for Culture, Media and Sport (DCMS)⁴³. Le DCMS est alors une création récente du Parti travailliste britannique de Tony Blair nouvellement élu à la tête de l'État et le *Creative Industries Mapping Document* doit servir de cadre de référence pour les politiques de développement du Royaume-Uni.

La promotion d'un nouveau domaine d'activité économique

Au départ de ce concept d'industries créatives serait la prise de conscience du poids économique grandissant des divers secteurs « créatifs » qu'englobe le nouveau label et la volonté de soutenir ce domaine d'activité autrement disparate par le biais d'une approche sectorielle, en vue notamment de gagner des marchés d'exportation. Un second objectif mis de l'avant concerne la régénération urbaine des espaces industriels par le développement de

⁴³ Le terme aurait été auparavant mis de l'avant en Australie, dans un document d'orientation politique du Parti travailliste de Paul John Keating alors au pouvoir, *Creative Nation's Initiative Australia*, publié en 1994 (White, 2009: 337).

« clusters » créatifs ou culturels. Un débat entoure toutefois les visées d'origine du concept, puisqu'il s'agirait également pour le gouvernement de Tony Blair de redorer l'image du Parti travailliste en soutenant une rhétorique électoraliste déjà bien huilée autour des thèmes charnières de la « modernité » et de la « créativité »⁴⁴. L'approche en termes d'industries créatives présenterait en outre d'autres avantages décisifs d'un point de vue politique et pour les industriels concernés, particulièrement en matière de reconnaissance de la propriété intellectuelle et de l'intervention régulatrice de l'État dans de nouveaux secteurs d'activités liés, notamment, à la numérisation. Comme le résume Gaëtan Tremblay:

L'évocation de la créativité permet de jeter des ponts en direction des activités culturelles, dont l'intégration donne du lustre et de la légitimité à l'ensemble. Surtout, l'arrimage aux industries culturelles permet de se réclamer des mêmes spécificités économiques que l'analyse a permis de dégager au cours des quatre dernières décennies et de revendiquer la même protection, les mêmes interventions que les pouvoirs publics ont déployées au fil des ans dans les secteurs artistiques et culturels. (Tremblay, 2008: 66).

Dans tous les cas, l'origine du concept est essentiellement politique et une « vision » stratégique fait des industries créatives un secteur économique à part entière, officiellement catégorisé selon un « Standard Industrial Classification (SIC) Codes». Les industries créatives y sont définies comme « *those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property* » (DCMS/CITF, 1998: 3, 2001: 5). Elles regroupent 13 domaines d'activité : (1) publicité, (2) architecture, (3) arts et antiquités, (4) artisanats, (5) design, (6) mode, (7) production cinématographique, (8) génie logiciel de loisirs (*leisure software*), par exemple les jeux vidéo, (9) musique, (10) spectacle vivant, (11) édition, (12) génie logiciel (*software*), (13) télévision et radio. Le champ couvert est large et éclectique, mais néanmoins exclusif : le patrimoine, par exemple, n'y figure pas. Entre 1998 et 2006, les documents d'orientation produits par le DCMS/CITF feront état d'un nombre

⁴⁴ L'idée est qu'un tel discours induise une dimension positive, liée à l'image flatteuse de la nouveauté, et permette ainsi au Parti travailliste d'être dans une logique de *tabula rasa*. Le slogan électoral « Cool Britannia » traduirait au mieux cette récupération politique de la culture et de la créativité populaires dans le but de projeter une image de marque faite de sophistication, de modernité et de parti pris en faveur de l'innovation; cette stratégie de « *rebranding* » devant s'appliquer au bénéfice du Parti comme de la nation (McGuigan, 1998). Voir également sur ces questions : Garnham (2005), et Schlesinger (2007).

variable de secteurs créatifs, les modifications apportées au cadre conceptuel originel se résumant pour l'essentiel à la réorganisation de certains groupements opérés⁴⁵.

Cette classification nouvelle brouille les frontières entre service et industrie. Au-delà, elle force la révision des conceptualisations traditionnelles des rapports entre les activités commerciales et les activités non (directement) commerciales liées aux arts et à la culture. Le vocable combine en effet dans son sens analytique deux concepts : la pratique artistique (*creative arts*) et les industries culturelles (*cultural industries*). Ce faisant, il convie à amalgamer en un même ensemble les arts, dans leur acception traditionnelle, plus ou moins élargie à de nouvelles pratiques (performance, vidéo d'art, art électronique, etc.) et la production culturelle de masse, une culture « marchandisée » et/ou « industrialisée » : la mode, le design, les industries du loisir ou du divertissement, etc. D'une façon jusqu'à là inédite, sont ainsi fortement associées à l'intérieur d'une même classification industrielle des activités relevant à la fois du secteur commercial privé et du secteur public non-marchand. Récusant *de facto* la valeur de la notion d'industries culturelles (qui consacre en miroir l'« exception » artistique), la classification opère un glissement logique et sémantique de la « culture » vers la « créativité », qui implique l'abandon de l'idée de la création artistique comme activité sans but lucratif ou détachée de la « demande sociale » : si elle n'est pas purement réduite à la consommation culturelle, l'évaluation artistique va néanmoins ici de pair avec la reconnaissance économique. En ce sens, le glissement des industries culturelles vers les industries créatives recouvre un véritable changement d'angle d'approche, récusant l'antagonisme art et culture au travers une « commodification » de la culture.

Suite à la publication du *Creative Industries Mapping Document* (DCMS/CITF, 1998), le néologisme se répand rapidement dans le monde anglo-saxon (Royaume-Uni, États-Unis, Australie, Canada), en Europe (Danemark, Allemagne, Autriche...), puis dans certains pays d'Asie (Taiwan, notamment). De nombreux ministères, institutions gouvernementales et

⁴⁵ Ainsi et par exemple, le DCMS Creative Industries Statistical Estimates Statistical Bulletin (DCMS, 2006b) réduit à onze le nombre de secteurs considérés: 'Film and Video' devient 'Film, Video and Photography', 'Music' et 'Performing Arts' sont associés pour former 'Music and the Visual and Performing Arts', tandis que 'Interactive Leisure Software' est intégré avec 'Computer Services' pour former un onzième secteur : 'Software, Computer Games and Electronic Publishing'. À compter de 2003, une modification d'importance est cependant apportée au modèle d'analyse, alors que le croisement de données statistiques relatives aux industries et aux professions conduit à élargir la définition des « emplois créatifs » pour y inclure les personnes employées dans des professions créatives au sein d'entreprises n'appartenant pas aux industries créatives strictement définies.

autres organismes du secteur privé ou associatif mettent sur pied des initiatives de recherche sur ce nouveau domaine d'activité économique⁴⁶. Dans le champ politique comme dans le champ académique, les efforts de clarification du concept se traduisent en une diversité de propositions classificatoires, qui souligne tout d'abord la polysémie du terme, la récurrence de son utilisation, mais aussi le rejet, à des degrés divers, des oppositions dichotomiques entre culture d'élite et culture populaire, art et industrie, culture et divertissement, créativité individuelle et innovation industrielle. De manière symptomatique, de nombreuses publications récentes, qu'elles émanent de chercheurs ou d'institutions officielles, retiendront une définition assez générale des industries créatives – celles dont « *le produit ou le service intègre des composantes artistiques ou créatives significatives* » (Caves, 2000: 1; Greffe, 2002: 19) – et les situeront sans plus de distinction « *à la croisée des chemins entre les arts, la culture, les affaires et la technologie* » (CNUCED, 2008: 30). En Nouvelle-Angleterre, le terme « économie créative » sera d'ailleurs d'abord spécifiquement utilisé pour décrire et caractériser ce nouveau domaine d'activité économique issu du rapprochement entre le segment commercial et le segment non (directement) commercial de la production culturelle. L'expression apparaît de surcroît dans un document d'orientation politique, The Creative Economy Initiative (Mt. Auburn Associates (Siegel, 2000).

Des activités artistiques au « reste de l'économie »

Mais si le concept d'industries créatives opère une sorte de coup de force vis-à-vis la conceptualisation habituelle de la culture, c'est aussi parce qu'il invite à situer les arts et les artistes au centre d'un continuum liant la culture au développement du marché et de la société. Cette modélisation des industries créatives est largement dominante dans les documents d'orientations des politiques publiques, y compris dans les documents plus récents endossés par le DCMS (Work Foundation, 2007). Elle s'inspire étroitement de la définition des industries créatives défendue par l'économiste de la culture australien David

⁴⁶ Un rapport produit par le Réseau URBACT Culture recensait en 2008 plus de 150 études menées sur ce thème en Europe seulement, dont 60 au Royaume-Uni (URBACT Culture, 2008). Une pluralité d'« observatoires de la culture », d'instituts de recherche sur les politiques, de « think-thanks » culturels, de forums ou cercles de réflexion, le plus souvent organisés en réseaux internationaux, initient, prennent en charge et/ou diffusent ces études et rapports. Parmi les plus actifs ou les plus connus : Comedia/Demos, Work Foundation, le Réseau des villes créatives de l'UNESCO, Urbact Creative Clusters Network, Eurocités, le Centre for Arts and Culture – American for the Arts, etc. Au Canada, c'est notamment le cas du Réseau des Villes Créatives / Créative City Network, qui rassemble des employés de municipalités de partout au pays (<http://www.creativecity.ca/>).

Throsby, dans son ouvrage *Economics and Culture* (2001). Privilégiant une entrée par le produit (bien ou service), Throsby reconnaît aux industries créatives trois caractéristiques économiques essentielles: les industries créatives sont celles dont le produit (1) intègre des composantes artistiques ou créatives significatives; (2) inclus, au moins potentiellement, de la propriété intellectuelle; (3) recèle des qualités esthétiques, symboliques ou sémiotiques propres à engendrer et communiquer des signes et du sens (Throsby, 2001: 1). Cette définition normative des industries créatives se distingue d'autres définitions avancées par le fait d'exclure d'office l'innovation scientifique⁴⁷. Elle se distingue surtout par une modélisation de l'économie créative dans laquelle le patrimoine et la création artistiques sont situés au cœur des activités productives.

En effet, Throsby propose de décrire les industries créatives par un modèle de cercles concentriques. En plein centre de ce modèle figurent les activités et structures culturelles relevant du domaine des arts plus proprement dit, selon le périmètre traditionnel défini par les politiques culturelles et les recensements institutionnels. Ce premier cercle correspond pour Throsby aux « *core creative fields* », c.-à-d. aux activités créatrices d'où proviennent les « idées créatrices pures ». Un second cercle englobe ce qu'on désigne communément dans le monde francophone par la notion d'industries culturelles, c.-à-d. des industries qui produisent et diffusent des contenus de nature culturelle : la radiotélévision, les médias, l'édition... Pour Throsby, ces industries sont celles « où les idées créatrices sont utilisées et reproduites » comme *entrée* majeure dans le processus de production. Enfin, un dernier cercle renvoie à des industries qui produisent des biens ou services situés hors du domaine de la culture à proprement parler et qui recourent aux idées créatrices sans que la création artistique y soit la logique dominante ou, dans les mots de Throsby, « constitue leur principal

⁴⁷ En 2001, Johns Howkins, un consultant en affaire, familier de la grande industrie des médias et du divertissement, use du terme « économie créative » pour lier les notions de créativité culturelle et d'innovation économique (2001). Howkins propose alors une définition des industries créatives basée sur les quatre domaines du droit de la propriété intellectuelle : brevet, marque de commerce, dessin industriel et droit d'auteur. Cette définition respecte l'esprit de la définition initiale proposée par le DCMS (qui sera celle adoptée, aussi, par le gouvernement australien), bien qu'elle soit potentiellement beaucoup plus ouverte (contrairement au DCMS, Howkins n'établit pas une liste *a priori* des secteurs à considérer). Cette définition trouve auprès de la communauté scientifique ses défenseurs comme ses détracteurs. En effet, si nombre d'observateurs considèrent que l'enjeu premier de la « nouvelle économie » peut se résumer, effectivement, aux enjeux liés aux droits de la propriété intellectuelle, en contrepartie, toutefois, on suspecte un caractère par trop inclusif à cette définition qui conduirait à échapper à l'analyse soit ce qui distingue la création culturelle de l'innovation économique, technique et scientifique (Pratt, 2005; Galloway et Dunlop, 2006, 2007), soit les mutations et articulations contemporaines du secteur proprement culturel (Healy, 2002; Hesmondhalgh, 2007).

centre d'intérêt ». Throsby donne en exemple de ces activités « para-culturelles » la publicité, le tourisme, le design et la mode (Throsby, 2001: 5).

De concert avec le DCMS, The Work Foundation, une firme de recherche et de consultation britannique, proposait plus récemment l'ajout d'un quatrième et dernier cercle, « le reste de l'économie », dans lequel les industries classiques de biens et services bénéficient et exploitent les *outputs* générés par les activités et les industries créatives (Work Foundation, 2007) : dans un processus d'ajout de valeur par l'afflux de créativité, la recherche-crédation en art « alimente » les industries culturelles/créatives qui, à leur tour, stimulent et supportent l'innovation créative jusqu'au « reste de l'économie ». Les industries créatives sont ainsi distinguées de l'économie en général, mais aussi de l'économie du savoir (*Knowledge economy*) en particulier, dont elles sont présentées comme une des composantes. Une seconde modification d'importance est apportée au modèle originel, alors que le noyau central n'est plus l'exclusive des seuls domaines du « Grand Art », mais s'ouvre à toutes formes savantes et populaires d'expressions culturelles « pures » : « *ranging from traditional high conceptualised art to video games and software* » (Work Foundation, 2007: 19).

Indépendamment des variantes fonctionnelles qu'il supporte (le concept de culture, toujours, diverse), ce modèle des cercles concentriques défend donc sur le plan économique une acception générique qui distingue clairement un amont et un aval de la chaîne de valeur des industries créatives : est opposée, à une extrémité, la créativité artistique (tendue en permanence vers la création « pure ») et, à l'autre, la créativité économique (l'innovation industrielle), orientée en fonction d'un marché existant ou potentiel. Partant, ce modèle permet tout à la fois de reconnaître aux activités artistiques une valeur spécifique distincte de leur seule dimension économique, de tenir compte du poids économique sectoriel que représente le champ traditionnel des arts et des lettres, en plus de mettre en exergue la valeur économique que produisent ces activités aux profits des industries culturelles, d'une part, et aux profits des industries liées à la culture mais situées hors du domaine de la culture à proprement parler, d'autre part.

On retrouve en fait là un modèle classique de l'économie des politiques culturelles dans les sociétés capitalistes d'orientation libérale, avec en prime aux arguments-forces de l'approche néo-classique en faveur d'une politique artistique (biens d'intérêts publics, effet externe positif des arts au profit du tourisme et des industries culturelles, effet multiplicateur de la

dépense culturelle), l'identification d'une fonction économique nouvelle dans la relation de dépendance qui lie l'ensemble de l'économie créative aux activités artistiques⁴⁸. Cette dernière idée est également au cœur du modèle élaboré par le National Endowment for Science, Technology and the Arts du Royaume-Uni (National Endowment for Science, 2006: 55). Contrairement au modèle des cercles concentriques, les interrelations entre les secteurs ou champs d'activité ne sont toutefois pas envisagées en fonction de la part « créative », esthétique ou sémiotique des produits finaux, mais des marchés visés : les différents cercles deviennent perméables et autorisent une certaine souplesse dans leur continuité (ce qui, suivant O'Connor (2007: 51), est sans doute plus conforme à la réalité). Trois rapports publiés par la Commission européenne (KEA European Affairs, 2006; Hollanders et Cruysen, 2009; KEA European Affairs, 2009) reprennent l'idée générale.

C'est ainsi que, de manière plus ou moins explicite, est promue au travers la reprise de ces modèles l'apport d'un large secteur culturel non-marchand, traditionnellement financé par les fonds publics de l'État et soutenu de diverses manières par les collectivités territoriales, à l'attractivité des territoires et, plus directement, à l'appareil productif local et national (Barrère, 2006; Greffe, 2006; O'Connor, 2007; Conference Board du Canada, 2008; Bakhshi et McVittie, 2009; Gombault, Livat-Pécheux et Durrieu, 2009; Muller, Rammer et Truby, 2009; Sacco et Segre, 2009). Ce sont jusqu'aux auteurs d'un rapport produit pour la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED) qui, dernièrement, invitaient à considérer les arts et la culture au cœur d'une vaste et nouvelle « économie créative » (CNUCED, 2008).

Les « écosystèmes créatifs » et la compétitivité urbaine

C'est toutefois bien la théorie de la « montée de la classe créative » de Richard Florida (Florida, 2002c, 2005a; Florida, 2005b) qui aura le plus contribué ces dernières années à entériner dans les projets de territoire l'élargissement du cadre de l'analyse économique des arts bien au-delà du secteur culturel et des retombées économiques de ses seules

⁴⁸ D'ailleurs, si Throsby met de l'avant la notion de « capital culturel » pour souligner la plus-value économique de la créativité culturelle, ce n'est que pour mieux réaffirmer — et de manière très explicite — un principe d'incommensurabilité des valeurs intervenant à propos des biens culturels : ces biens génèrent une valeur économique mais, plus fondamentalement, une valeur culturelle (esthétique, spirituelle, sociale, historique, symbolique...) associée au progrès ou au bien commun.

activités⁴⁹. Cette théorie s'intéresse avant tout à la création des conditions — ou à l'établissement des fondements — de la croissance économique et ne se veut pas une théorie du développement culturel. Par ailleurs, la réflexion n'est pas conduite selon une approche sectorielle, mais en termes d'occupation. Enfin, de l'avis même de Florida, la concentration d'artistes professionnels et autres acteurs culturels dans une région géographique donnée ne signifie pas automatiquement, ni instantanément, la croissance de l'économie locale. Le développement et la croissance économique — urbain, régional, national ou *per se* — sont, dans cette théorie, bien davantage tributaires des secteurs de haute technologie que de la culture et ses industries⁵⁰. En fait, la présence en grand nombre de ces individus qu'il qualifie de bohèmes serait avant tout un indicateur de l'existence d'une culture sous-jacente propice à la créativité et à l'innovation; la même chose pouvant être dite, par exemple, de la concentration sur le territoire d'une population homosexuelle :

Gays and bohemians are leading indicators of a place that has a "creative ecosystem" — a regional habitat which is open to new people and ideas, where people easily network, connect; where bright ideas are not shot down or stifled, but are turned into new projects, new companies and new growth. Regions and nations that have such an ecosystem — that can do the best job of tapping the diverse creative talents of the most people — gain a tremendous competitive advantage. (Kotkin's Fallacies,[s.d.]: non paginé).

La vaste relation qu'établit cette théorie entre la culture, la créativité, l'attractivité et la compétitivité territoriales n'accorde pas moins à la présence significative des arts et des

⁴⁹ Rapidement médiatisée des deux côtés de l'Atlantique, cette théorie se fait connaître à l'extérieur de la communauté scientifique suite à la publication de trois ouvrages successifs, publiés chez des éditeurs « grand public » : *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work Leisure and Everyday Life* (2002c), *Cities and the creative class* (2005a), *The Flight of the Creative Class : the New Global Competition for Talent* et *Cities and the Creative Class* (2005b). L'année même de sa parution, *The Rise of the Creative Class* se mérite un Political Book Award du Washington Monthly. De ce côté-ci de la frontière, l'ouvrage est désigné par le *Globe and Mail* l'un des dix essais les plus influents de l'année. Florida n'est lui-même pas en reste pour diffuser et promouvoir sa théorie. Les idées qu'il défend sont promues par le biais d'une entreprise de consultation en pratique privée, Catalyx, mise sur pied par le chercheur, ainsi qu'au travers les activités de divers organismes et firmes qu'il chapeaute, dont le Creative Class Group (CCG) et The Creative Communities Leadership Project (CCLP). Un site Internet régulièrement alimenté par Florida et ses émules (<http://creativeclass.com/>), la présence active du chercheur dans les médias locaux et nationaux et la poursuite d'une prolifique carrière parallèle de conférencier professionnel assurent en outre la promotion de cette théorie auprès des élites économiques et politiques, comme de la population en général.

⁵⁰ Dans une étude portant sur le potentiel créatif de la ville de Montréal, Florida et son équipe insistent d'ailleurs sur le fait que les arts et la culture ne constituent qu'un des quatre segments du « secteur créatif », tel qu'ils le définissent par l'acronyme « TAPE » (T = Technology and Innovation; A = Arts and Culture; P = Professional and Managerial; E = Education and Training; S = Science and Basic Research). En outre, le poids de ce segment dans les économies locales pèserait rarement lourd (Stolarick, Florida et Musante, 2005).

artistes dans la ville une importance toute particulière comme vecteur de dynamisme économique et de mutation positive des espaces urbains centraux.

Le prochain chapitre s'articule autour d'une discussion critique de cette théorie et je ne ferai ici qu'exposer sommairement les propositions avancées par Florida pour penser la construction des territoires de la régénération urbaine par la culture. Ces propositions s'inscrivent résolument dans la tendance dominante des stratégies territoriales qui, au cours de ces dernières décennies, a été celle d'une mise en œuvre de politiques d'attractivité, tant au niveau national, régional que local. Conformément à ce « paradigme » du développement des territoires, l'objectif premier de Florida est d'identifier les facteurs qui contribuent à composer une offre territoriale attractive, afin de capter les flux d'investissement d'entreprises nomades (*footloose*) à la recherche d'une localisation. À partir du postulat voulant que la présence d'une main-d'œuvre qualifiée ou compétente attire davantage d'entreprises de pointe, le chercheur défend à contre-courant la nécessité de politiques d'attractivité ciblant non pas les entreprises, mais bien les « talents créatifs » dont celles-ci ont besoin. Selon Florida, l'amélioration du climat des affaires (« *business climate* ») passe avant tout par le renforcement d'un « *people climate* » attractif (sans nier qu'à long terme la causalité puisse être à double sens). En dépit de cette entorse à une certaine doxa des théories du développement économique territorial, il s'agit donc toujours bien de faire prévaloir une logique de l'offre sur une logique de la demande⁵¹. L'invitation latente à se suffire du marketing (culturel) territorial pour asseoir le redéveloppement économique et urbain vaut d'ailleurs à cette théorie une de ses lignes critiques les plus acerbes (Peck, 2005, 2008; Pratt, 2008; Storper et Scott, 2009).

Mais si la théorie repose sur une conception sans doute par trop simpliste de la croissance économique des villes et des régions urbaines (j'y reviendrai), l'innovation-créative n'y apparaît toutefois pas simplement plaquée sur le territoire. Plutôt, elle résulterait d'une combinatoire entre des ressources importées et des ressources endogènes, alors que le maillage qu'elle décrit entre les « vieux » territoires et les nouveaux espaces des recompositions économiques se veut davantage complexe, organique, tissé à même la

⁵¹ De manière révélatrice, le chercheur affirme vigoureusement le fait que la créativité est une caractéristique de tous les êtres humains et que toutes les sociétés en sont également pourvues, mais développe une théorie de la croissance économique essentiellement basée sur le postulat d'une ère de l'hypermobilité de ressources rares et l'importance corollaire de politiques d'attractivité pour capter les flux transnationaux (en particulier: Florida, 2005b).

trame territoriale de ces « écosystèmes créatifs » dont il est fait grand cas⁵². C'est ainsi que sont convoqués à parts égales l'argument de la consommation et celui de la production pour octroyer à la présence des arts et des artistes dans la ville un rôle actif et influent dans le déploiement d'une dynamique productive locale favorable à la créativité « innovante ».

Du côté de la consommation, Florida relance le refrain connu de l'attractivité territoriale par la culture, en insistant toutefois sur l'influence déterminante des dimensions culturelles et identitaires du cadre de vie (« *quality of place* ») sur les dynamiques spatiales d'implantations résidentielles⁵³. Dans cette perspective, le rapport qu'entretiennent les travailleurs créatifs à l'offre culturelle d'une place donnée n'est pas pensé dans une logique strictement consommatoire ou de loisir, mais renvoie à des dimensions idéelles (représentations, sentiment d'appartenance) susceptibles de pousser jusqu'à la créativité (Florida, 2002c: 15). Du côté de la sphère productive proprement dite, les artistes locaux et autres professionnels de la culture contribueraient directement à la dotation du territoire en main-d'œuvre qualifiée et hautement créative, mobilisable par les entreprises nécessiteuses (Stolarick, Florida et Musante, 2005; Stolarick et Florida, 2006). Mais c'est aussi de manière plus évanescence ou médiée que cette contribution au « capital créatif » territorial se mesure, puisque que la présence des artistes et les activités culturelles qu'ils diffusent dans la ville constitueraient en outre une source d'inspiration et de dynamique créatrices, susceptible

⁵² En insistant sur cet aspect, je m'éloigne d'une lecture courante des thèses de Florida qui les oppose à ces approches renouvelées du développement régional (milieux innovateurs, École californienne de géographie économique, etc.), plaçant le territoire comme facteur de créativité, d'innovation et de croissance économique (pour une illustration de la manière dont peut être soutenue cette opposition, voir : Darchen et Tremblay, 2008). Il ne s'agit pas de dire ici que Florida s'applique à formaliser une forme particulière d'« écosystème d'innovation endogène », mais plutôt de souligner le fait que, lorsqu'il s'intéresse à la ville créative en tant que forme ou catégorie particulière de « territoire innovant », il pose, bien que de manières indirecte ou secondaire, la question des processus endogènes de son émergence et des facteurs multiples qui y ont conduit. Pour le dire autrement, l'analyse des relations entre créativité, économie et territoires oscille au sein même de cette théorie entre des visions antinomiques de la ressource créative, alors qu'une approche en termes d'aptitude individuelle (et, partant, d'attractivité d'une ressource rare que se disputent les villes) laisse place à une interprétation en termes de ressources territoriales (de construction ou d'activation de ressources).

⁵³ S'il s'en octroie la paternité (Florida, 2002c: 231), la notion de cadre de vie fait son apparition dans les études urbaines dès le début des années 1960, grâce notamment aux travaux de Kevin Lynch (1969 [1960]) et de Jane Jacobs (1961). Elle servira d'abord à rendre compte de la signification de l'espace aménagé dans l'expérience du phénomène urbain. La notion sera par la suite reprise et développée pour se recentrer sur les individus et leur expérience satisfaisante de la vie urbaine. La notion intègre ainsi, parmi ses composantes fondamentales, les formes physiques, mais aussi le cadre socioculturel, les ambiances et la sociabilité urbaines. C'est dans cette acception extensive que les attraits culturels (ou aménités) seront envisagés au nombre des facteurs qui concourent à rendre agréable l'environnement vécu par le citadin.

d'irriguer l'ensemble des activités innovantes sur les secteurs économiques les plus porteurs (Florida, 2002c: chapitre 10).

En somme, il est possible de voir dans cette théorie de la croissance urbaine une conception spatialisée (territorialisée) à l'échelle de la ville dense du modèle concentrique de l'économie créative, dans la mesure où se voient liées sur un continuum ouvert la créativité artistique et l'innovation industrielle. Loin d'apparaître comme le reflet d'une croissance urbaine forte, les arts et la culture constitueraient une base particulière de production d'externalités, qui tire de diverses manières le développement économique. Chez Florida, d'ailleurs, l'ambition programmatique en la matière ne manque pas et le propos est sans ambages:

I like to tell city leaders that finding ways to help support a local music scene can be just as important as investing in high tech business and far more effective than building a downtown mall. (Florida, 2002c: 229).

On comprend que, pour les défenseurs de « l'art pour l'art » ou de « la culture pour la culture », l'occasion de renouveler l'argumentaire traditionnel en faveur d'un soutien étatique au patrimoine et à la création artistique apparaisse d'autant plus belle que l'enjeu du développement économique est moins à situer, dans ce type de modèle, du côté de la consommation que de la production culturelle: des objectifs de consolidation du potentiel économique des industries et des villes créatives ne peuvent que justifier des politiques d'aide à la création artistique « pure »⁵⁴. Or, en ce domaine, rien n'apparaît moins sûr. Comme le relève avec pertinence Gaétan Tremblay, l'hypothèse d'une légitimité nouvelle de l'intervention culturelle publique en contexte d' « économie créative » :

[...] repose d'une part sur l'acceptation aveugle des résultats méthodologiquement douteux [et] postule d'autre part un consensus idéologique inexistant. Concernant le rôle de l'État, le document de la CNUCED se situe aux antipodes du Mapping Document britannique. Si le premier se réfère à l'argumentaire des biens méritoires et du service public, le second se contente de rappeler l'importance de l'éducation et du respect des droits d'auteur. D'un autre point de vue, l'amalgame des industries culturelles et des industries « créatives » recèle un danger potentiel, celui de la dilution de la spécificité des industries culturelles et de l'affaiblissement de l'argumentation en faveur de l'intervention des pouvoirs publics. [...] À rebours, la conception strictement utilitariste de la créativité qui s'affiche dans les documents sur les industries créatives [...] pourrait contaminer plusieurs programmes d'aide aux arts et à la culture. (Tremblay, 2008: 83).

⁵⁴ Simon Brault, fondateur de Culture Montréal, vice-président du Conseil des arts du Canada et directeur général de l'École nationale de théâtre du Canada, n'hésite ainsi pas à affirmer que « l'art a indéniablement moins besoin d'une validation économique que l'économie du 21^e siècle aura besoin de l'apport créatif des artistes » (2009: 33).

Les implications d'un glissement de la culture vers la créativité sont ici tout, sauf exclusivement théoriques. En effet, s'il amène des interrogations sur le type de culture qu'il faut privilégier et ses finalités-objectifs, il n'est pas non plus sans soulever à nouveaux frais des questions fondamentales d'équité, s'agissant d'accréditer une définition de l'art comme activité exceptionnelle : à l'ère de cette créativité diffuse, en quoi la profession d'artiste, par exemple, justifierait-elle des privilèges particuliers? Ne faut-il pas rejeter la notion d'un statut de l'artiste pour son abandon pur et simple, ou au profit de son élargissement à d'autres catégories de créateurs/travailleurs? Le problème même de la définition de l'exception de l'acte de création et de l'exception du produit artistique est-il un problème dépassé? Dans un registre moins philosophique ou sur un plan plus pragmatique, on pourra s'interroger sur la nécessité de soutenir les créateurs artistiques sur la base de leur statut et non pas plutôt à l'aune de leurs résultats et de leurs contributions. Et si l'activité des artistes apporte une contribution essentielle à l'essor économique, ces derniers ne devraient-ils pas être en mesure de survivre sans financement public? Bref, le monde de l'art a certes, sinon de bonnes, du moins de nombreuses raisons de se préoccuper de la manière dont le concept de créativité aujourd'hui se diffuse, est réinterprété et réinvestit.

Conclusion

Ce « détour contextuel » sur la manière dont se recompose aujourd'hui l'action publique culturelle en direction des villes visait à situer dans une perspective plus globale les éléments de problématique qui seront présentés aux chapitres suivants. Deux ensembles de remarques conclusives se dégagent, sur lesquelles il mérite d'insister pour la suite du propos.

Il a été d'abord vu que la culture constitue un secteur d'intervention qui, d'un point de vue historique, ne s'inscrit pas dans les cadres cognitifs et normatifs comme un domaine productif, c.-à-d. rentable d'un strict point de vue économique. Les logiques d'action publique face à la culture sont sous-tendues à l'origine par des valeurs et des finalités davantage ancrées dans un idéal moral et social hérité du Siècle des Lumières (universalité, excellence, prestige, grandeur, progrès et bien commun, pour simplifier). Sous la forme du mécénat monarchique, de celui des princes de l'empire ou encore de la politique culturelle de l'État moderne, la culture est défendue pour sa valeur propre et sollicitée pour elle-même. À cet égard, une contribution spécifique majeure de la sociologie de l'art et de la culture est certainement d'avoir établi que le paradigme avant-gardiste en art qui se cristallise, dès la fin du 19^e siècle en Europe, autour des thèmes de l'irréductibilité de l'œuvre et de la singularité

du créateur, de l'invention radicale et de la création exploratrice « pure » structure la perception occidentale moderne de l'art dans les sociétés industrielles de type capitaliste, au point d'en constituer le principe même de la légitimité sociopolitique (Bellavance, 1996: 109).

On peut penser que ce paradigme — s'il a pu être malmené, y compris par les avant-gardes artistiques elles-mêmes — fonde aujourd'hui encore l'une des définitions constitutives des activités de création pour le sens commun : une figure paradigmatique du créateur est bien celle de l'artiste qui adhère sans concessions — par vocation — à l'idéologie de la liberté créatrice et refuse de soumettre la création à des buts qui lui sont extérieurs (Heinich, 2005). On conviendra à tout le moins que, dans la société telle qu'elle est, aussi bien que dans l'imaginaire social qu'elle secrète, les artistes, autant ou même parfois plus que leurs œuvres, occupent une place traditionnellement à part, vivant « par nature » de l'art de la marge, en périphérie d'un système fonctionnant sur la production/consommation de biens matériels. Cette position « choisie », symboliquement gratifiante de l'artiste créateur, est une des caractéristiques originales de la « vie d'artiste », depuis le 19^e siècle et sa bohème. Une seconde caractéristique de cette conception moderne (romantique) de la vie d'artiste est sans doute à voir dans la forte connotation urbaine que celle-ci revêt (c.f. supra, p. 35 - 37). Or, tel que le montrera avec plus détails la suite de cette thèse, ces dimensions quasi mystiques que véhiculent les idées de la création artistique et de la pratique du travail de création ne sont pas étrangères aux représentations savantes, mais aussi ordinaires de la « ville créative ».

Ce chapitre a également permis de mettre en évidence la montée en puissance d'une rhétorique économiste sur laquelle tend à prendre appui la légitimité et la raison d'être de la dépense culturelle publique dans les sociétés fortement industrialisées et urbanisées. Deux temps marquent cette « économicisation » de l'action publique en culture, que je propose de distinguer.

Dans un premier temps, la territorialisation des politiques culturelles au cours du dernier tiers du 20^e siècle va de pair avec la progression d'une rationalité instrumentale et pragmatique qui infléchit les logiques d'action publique face aux arts et à la culture. Sans que soit nécessairement renié l'héritage socio-historique et normatif du Siècle des Lumières, la culture est de plus en plus assignée au service d'objectifs externes ou extra-culturels, axés sur le redéploiement économique territorial et urbain. Plus récemment, cette rhétorique économiste se conjugue au discours sur les industries, la classe et la ville créatives, pour véhiculer et promouvoir une représentation des rapports entre culture et société qui tend à

être tout au contraire de celle prévalant à l'origine. Dans les conceptualisations plus récentes de la « ville créative », la culture est en effet moins envisagée pour ses valeurs intrinsèques et comme force de contestation et d'émancipation sociale et politique, que comme un allié à part entière de politiques industrielles et d'aménagement du territoire. De fait, les questions de politiques industrielles pèsent dans les énoncés des politiques culturelles « *tournées de manière croissante vers l'innovation, au-delà donc du soutien traditionnel à la création artistique ou à de nouvelles productions culturelles* » (Halbert et al., 2008: 161).

Devant ce terrain occupé par l'idéologie de la ville créative dans le discours des décideurs publics, sinon dans leur vision contemporaine du développement, il semble de la sorte devenu difficile de dissocier l'avenir des arts de celui des industries culturelles et de ces industries encore plus englobantes de la créativité. Arrivant à un constat similaire, le géographe Andy Pratt (cité dans: Baeker, 2003) enjoignait il y a peu les acteurs du secteur des arts et de la culture à s'emparer de l'idée de ville créative et des concepts associés (industries créatives, grappes créatives, classe créative) pour reconstruire l'argumentaire sur les intérêts publics de la culture. Or, la stratégie pourrait avoir ses revers, d'abord parce que les évidences empiriques manquent sur le rôle des arts et des artistes dans les processus contemporains de mutations des espaces urbains centraux et l'émergence d'un nouveau dynamisme économique « technocréatif ». Les bilans des recherches menées sur ces questions se concluent sur un même constat : « *important research gaps [exist] on how artistic and cultural activities contribute to economic innovation and quality of life in cities* » (Bradford, 2004: 11; Oakley, 2004: 28). ou plus récemment Foray (2010: 19).

Pour tâcher de combler cette lacune, il convient d'abord, d'un point de vue méthodologique, d'opérer un retour sur les assises scientifiques des spéculations actuelles sur les liens relativement directs et surtout inédits entre la créativité culturelle des villes et leur développement économique. C'est à quoi s'attache le prochain chapitre, à partir d'un examen critique des propositions avancées par la théorie du « capital créatif » de Richard Florida.

CHAPITRE II : CULTURE, CRÉATIVITÉ ET VILLE : MISE EN PERSPECTIVE THÉORIQUE

On vient de le voir, le « nouveau modèle » de l'économie créative n'est pas sans incidences sur la manière dont est pensée et présentée l'action publique culturelle en direction des villes, tant en Amérique du Nord qu'en Europe occidentale, et bien au-delà. L'intérêt inédit qui émerge dans ce contexte à l'égard d'actions culturelles territorialisées alignées sur des politiques industrielles, d'innovation et d'aménagement du territoire soulève, d'un point de vue scientifique, deux grandes questions. D'abord, qu'en est-il de la robustesse de ce nouveau paradigme fondé sur la créativité? Ensuite, peut-on établir de manière convaincante l'opportunité de considérer le rôle joué par l'offre artistique et culturelle des territoires dans les dynamiques éventuellement nouvelles des économies urbaines, dans cette possible écologie de la « ville créative », entendue comme forme particulière d'écosystème de l'innovation à base (partiellement) locale?

L'objet de ce chapitre consiste à développer ces dimensions théoriques du problème de recherche, en opérant un retour sur le vif débat académique qui entoure les propositions de Richard Florida sur la classe créative et les villes créatives. Il s'agira essentiellement de proposer une relecture critique de cette théorie de la croissance urbaine, pour ensuite en discuter la réception. On verra à cette occasion que, malgré l'irrecevabilité de cette théorie à maints égards, celle-ci aurait néanmoins le mérite d'attirer l'attention sur la part croissante du « culturel » dans les réalités économiques des sociétés fortement industrialisées et urbanisées. Plus exactement, je voudrai montrer que, lorsque le cadre d'analyse de l'économie créative est resserré à la créativité et à l'innovation d'ordre artistique ou culturelle (par opposition à scientifique et technologique), la recherche tend à défendre une position qui rappelle sur plus d'un aspect celle de Florida. Reconsidérée sur cette base analytique restreinte, la notion de classe créative s'avère d'intérêt dans la mesure où elle intègre, tout en les dépassant, un ensemble de questionnements opérés par les sciences sociales sur le rôle de la culture dans les processus contemporains du renouveau économique urbain et l'évolution de la structure sociale des villes.

Ce constat d'un potentiel « heuristique » ou analytique du construit de classe créative est étayé plus avant dans une troisième et dernière section de ce chapitre, à travers l'examen des réponses apportées par les théories contemporaines du développement régional au

phénomène de concentration spatiale en quelques zones urbaines centrales d'activités économiques à fort contenu technologique et de création. La recension des écrits fera alors ressortir trois grandes pistes explicatives du phénomène qui, tout en autorisant un positionnement méthodologique centré sur le « travailleur créatif », suggèrent le caractère territorialement ancré d'éventuelles « rencontres productives » entre les domaines des arts, de la culture et de la production industrielle technocréative. Ces trois pistes explicatives, ou angles de questionnement, seront synthétisés ici par ce que je désignerai comme des effets de type « milieu », des effets de « lieu » et des effets de mode de vie et de valeurs, en somme des effets de « culture ». Le cadre de référence exploratoire qui se dégage ainsi des écrits existants recevra quelques compléments en fin de chapitre.

La théorie en débat⁵⁵

Dans un rapport produit en 2000 pour la fondation R. King Mellon, Richard Florida énonce en quelques mots les idées maitresses de la théorie qui fera bientôt son succès :

The new economy dramatically transforms the role of the environment and natural amenities from a source of raw material and a sink for waste disposal to a key component of the total package required to attract talent and in doing so generate economic growth. (Florida, 2000: 5).

Les écrits ultérieurs du chercheur réaffirmeront chacun à leur manière la prépondérance d'un milieu et d'un cadre de vie de qualité sur les facteurs traditionnels de la réussite économique des firmes et des territoires. En 2001, Florida rend publics les premiers résultats de recherche obtenus à l'aide de son désormais célèbre « indice bohémien » (*Bohemian Index*), mis au point par le chercheur pour tester l'hypothèse selon laquelle la tolérance sociale et l'activité artistique d'une ville constituent à la fois un facteur d'attraction de ressources et d'expertises qualifiées et, de façon plus diffuse, un facteur de stimulation de l'innovation (Florida, 2001). La validation empirique des hypothèses repose sur l'observation de corrélations statistique entre cet indicateur et deux autres jugés aptes à mesurer le niveau de diversité culturelle et de tolérance sociale dans les 50 plus grandes villes des États-Unis, soit la concentration de personnes nées à l'étranger (*Melting Pot Index*), d'une part, et la concentration de couples homosexuels (*Gay Index*), d'autre part.

⁵⁵ Cette section constitue une version remaniée, actualisée et augmentée d'un texte publié en 2006 sous le titre « La "classe créative" et la compétitivité urbaine : Culture et économie ou l'envers et l'endroit d'une théorie », dans : Tremblay, D-G. et R. Tremblay (dir.), *La compétitivité urbaine dans le contexte de la nouvelle économie*, Québec : Presses de l'université du Québec. Collection Économie politique, p.325-348.

Le *Bohemian Index* se calcule en mesurant la proportion relative du nombre national d'artistes professionnels déclarés que compte une région donnée par rapport à sa population active totale⁵⁶. Il vise à fournir une mesure plus juste de la dotation des territoires en actifs et activités culturelles, grâce à la prise en compte des cultures « émergentes », en particulier des musiques « populaires » d'hier et d'aujourd'hui (rock, rap, hip-hop, techno...). Le présumé à la base de l'exercice est une évolution des goûts et des pratiques de consommation culturelle vers une « culture de la rue » – *a vibrant street life, a cutting-edge music scene...* – de préférence à une « haute culture » (*high culture*) légitimée, à ses institutions et aux grands équipements culturels en général : musée, stade sportif, opéra, ballet, orchestre symphonique...

Ces trois indicateurs – le *Bohemian Index*, le *Gay Index* et le *Melting Pot Index* – forment l'« indice de diversité » (*Composite Diversity Index*), qui est ensuite corrélé avec divers indicateurs du développement des secteurs de haute technologie sur le territoire. Pour Florida, l'outil statistique offre une réponse sans équivoque : une corrélation forte s'établit entre (1) la concentration géographique d'une population diverse, cosmopolite et de type « artiste » (*bohemians*), (2) un environnement attrayant pour des travailleurs hautement qualifiés et à l'esprit créateur (les « talents »), et (3) un milieu propice à l'implantation et au développement des entreprises de haute technologie ou à forte intensité de savoir (Florida, 2001: 67).

L'année suivante, Florida rassemble en un seul ouvrage, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life* (2002c), le fruit des recherches menées avec son équipe sur l'évolution des sources de l'avantage urbain et régional aux États-Unis. La théorie du développement urbain proposée dans cet ouvrage s'appuie sur une appréciation personnelle de la conjoncture économique, mais aussi des évolutions sociales et culturelles en cours. Pour Florida, en effet, si les sociétés industrielles avancées entrent dans une ère économique nouvelle, ce processus va de pair avec une reconfiguration des systèmes de valeurs, de normes et de croyances :

What we are witnessing in America and across the world extends far beyond high-tech industry or any so-called New Economy: It is the emergence of a new society and a new culture – indeed a whole new way of life. (Florida, 2002c: 12).

⁵⁶ Florida utilise les données issues du recensement de la population américaine (1990 Decennial Census Public Use Microdata Samples). Pour la liste complète des professions considérées ainsi que les codes utilisés, voir : Florida, 2002a : 59.

La théorie qu'il développe comporte ainsi une forte dimension sociologique qui structure une réflexion — relativement inattendue de la part d'un spécialiste du développement économique régional — sur les mentalités, les modes de vie, les aspirations et les valeurs d'une nouvelle « classe productive » en formation. Les idées défendues dans le bestseller se résument en quelques mots : la croissance des secteurs en forte expansion dans l'économie mondiale, la *High Tech* au premier chef, est fonction d'une catégorie de travailleurs à l'esprit créateur, le plus souvent fortement scolarisés et hyper mobiles, qui accordent plus de valeur et s'identifient davantage au lieu qu'ils habitent qu'à l'emploi qu'ils occupent⁵⁷. Ce qui importe donc en matière de développement économique, nous dit Florida, c'est de connaître les facteurs de localisation non pas tant des industries de pointe, mais bien de cette main-d'œuvre hautement qualifiée et/ou créative dont elles ont besoin.

De façon conséquente, *The Rise of the Creative Class* [...] s'offre avant tout comme une théorie du « capital créatif », s'évertuant à traduire l'« éthos » des membres d'une vaste classe sociale qui serait actuellement en pleine ascension. Chapitre après chapitre, Florida s'attache à démontrer comment cet éthos créatif influence tant les choix professionnels, la consommation, l'aménagement du temps de travail et du temps de loisir que le choix de la localisation résidentielle, l'accent étant mis sur ce dernier aspect. Tandis que la démonstration combine descriptions statistiques et données qualitatives de première et seconde main⁵⁸, l'analyse emprunte manifestement beaucoup aux thèses des « créatifs culturels » (Ray et Anderson, 2000), des « bourgeois-bohèmes » (Brooks, 2000) et d'un « postmatérialisme » associé à des valeurs d'ouverture culturelle (Inglehart, 2000), auxquelles il est d'ailleurs fait explicitement référence. S'établit *in fine* les contours d'une « nouvelle géographie de classe », selon laquelle les gens « talentueux » se localiseraient dans des zones urbaines précises, offrant un cadre de vie en adéquation à leurs valeurs et une certaine atmosphère urbaine propice à stimuler leur créativité ou leur inventivité.

⁵⁷ Pour ces individus « créatifs », la combinaison de « ce que nous faisons » et de « où nous vivons » serait venue remplacer « pour qui nous travaillons » comme élément principal de l'identité : « Forty years ago, some would likely identify themselves by saying "I work for General Motors" or "I'm with IBM". Today our tattooed friend is more likely to identify himself by saying "I'm a software developer and I live in Austin" rather than "I work for Trilogy" » (Florida, 2002c: 230).

⁵⁸ Des anecdotes personnelles livrées par le chercheur trouveraient selon ses propres dires un écho dans de nombreux témoignages recueillis à l'occasion, notamment, de focus groups. La méthodologie de l'enquête qualitative n'est pas plus détaillée.

De manière plus spécifique, les lieux qui répondent le mieux aux attentes de ces travailleurs seraient des lieux et des milieux de vie qui offrent une variété d'opportunités professionnelles (la classe créative recherche des possibilités d'évolution interentreprises ; une mobilité horizontale plutôt que verticale), mais aussi qui se distinguent par leur capacité d'intégration, leur ouverture d'esprit ainsi que leur créativité artistique et culturelle. La clé de la croissance économique via l'innovation résiderait ainsi dans la réunion en un même lieu géographique d'une triple combinatoire, à savoir une dynamique d'innovation industrielle et technologique (un tissu économique dense et varié d'entreprises, des institutions universitaires de recherche, la présence de capitaux technologiques...), le « talent » (une main-d'œuvre hautement qualifiée et/ou « créative ») et la tolérance sociale (signalée par une forte proportion de gays, d'artistes et d'étrangers dans la population), avec en prime à cette diversité multiculturelle une créativité culturelle tous azimuts comme point fort des attributs territoriaux. Florida résume cette triple combinatoire par la formule désormais célèbre des trois « T » du développement. Si, à l'origine, les variables utilisées par Florida ont été conçues pour l'étude de régions états-uniennes, la thèse n'est pas spécifique et est censée s'appliquer des deux côtés de l'Atlantique⁵⁹.

Culture et compétitivité : des relations discutables et discutées

On sait l'engouement suscité par cette théorie auprès des responsables civils et municipaux en Amérique du Nord comme, de plus en plus, en Europe occidentale, en Océanie et même en Asie. De l'avis de plusieurs observateurs: « *the rise of the creative class has now become a most "popular manual of contemporary economic development thinking.* » (Bayliss, 2007: 893)⁶⁰. En dépit ou en raison de sa bonne fortune, cette théorie n'est toutefois pas sans

⁵⁹ Pour une application à l'Europe, voir : Florida et Tinagli (2004). Au Canada, plusieurs études de cas ont été menées suivant la méthode développée par Florida. Dans un rapport produit en 2002 pour le ministère de l'Entreprise, des Débouchés et de l'Innovation de l'Ontario et l'Institute for Competitiveness and Prosperity, Meric Gertler, Richard Florida et leurs collègues soutiennent que les liens entre la créativité, la diversité, le talent et les activités à forte composante technologique sont encore plus forts dans ce pays qu'aux États-Unis (Gertler *et al.*, 2002: 3-4). Pour d'autres études de cas conduites au Canada, voir : M. Gertler et T. Vinodrai, *Competing on Creativity: Focus on Halifax*; M. Gertler et T. Vinodrai, *Competing on Creativity: An Analysis of Kingston, Ontario*; K. Stolarick, R. Florida et L. Musante, *Montréal, ville de convergences créatives : perspectives et possibilités*. Selon cette dernière étude, Montréal se classe au deuxième rang du palmarès des villes nord-américaines « super créatives », loin devant New York et Los Angeles. Montréal serait en fait « l'un des secrets les mieux gardés en Amérique du Nord ».

⁶⁰ Pour un panorama international de cette « convergence » créative dans le discours politique et les orientations des plans stratégiques de développement des villes, voir en particulier: Evans (2009). Suivant cet auteur, plus de 80 villes ou villes-régions, réparties en 35 pays disséminés sur les principaux continents, ont conduit des politiques ou élaboré des plans stratégiques épousant de manière explicite le paradigme des

provoquer de vives controverses au sein des milieux académiques, particulièrement en Amérique du Nord, où certains la qualifient sans ambages de « mode ridicule » (Levine, 2004). Le caractère publicitaire et résolument commercial de l'entreprise scientifique a sans doute sa part explicative dans les réactions épidermiques qu'elle suscite, bien que cet aspect soit singulièrement évacué du débat⁶¹. Plutôt, parmi les principales cibles de la critique, figure cette idée d'une convergence du « culturel » et de l'« économique » à l'origine de nouvelles formes de compétition entre les villes. Dans le champ universitaire, cela conduira à la construction d'une critique radicale de la théorie du « capital créatif », accusant son auteur de souscrire à une économie-politique de la culture marquée au sceau de l'idéologie néolibérale :

[...] these increasingly prevalent strategies [creativity strategies] extend and recodify entrenched tendencies in neoliberal urban politics, seductively repackaging them in the soft-focus terms of cultural policy. (Peck, 2005: 766, 2008).

Mais si l'assimilation de la culture à un facteur de développement économique et urbain apparaît si inconvenante chez Florida, c'est bien surtout parce que la théorie soulève en elle-même plusieurs problèmes, sur le plan scientifique fondamental comme de ses applications. Les critiques, issues d'horizons théoriques et politiques contrastés, sont à la fois d'ordre théorique, conceptuel et méthodologique. Elles peuvent être regroupées selon qu'elles visent l'un ou l'autre des trois grands aspects à problème de cette théorie: 1/ le postulat d'un passage radical et généralisé à une « nouvelle économie », en l'occurrence une « économie créative » qui serait le moteur de la croissance économique des sociétés urbaines avancées ; 2/ la valeur de la notion de « classe créative », en tant que celle-ci qualifie sans trop de distinction une vaste classe moyenne urbaine, dont les goûts esthétiques et le mode

industries et/ou des villes créatives. Parmi celles-ci: Helsinki, Paris, Lyon, Berlin, Leipzig, Munich, Hamburg, Dublin, Florence, Milan, Birmingham, Bristol, Glasgow, Londres, Manchester, Sheffield, St Petersburg, Belgrade, Austin, Boston, Chicago, New York, Portland, Montréal, Toronto, Québec, Vancouver, Rio, Sao Paulo, Cape Town, Durban, Johannesburg, Melbourne, Sydney, Singapore, Hong Kong, Shanghai, Tianjin et Bangalore. Pour la recension complète : Evans, 2009 : 1033.

⁶¹ Allant à l'encontre d'une conception normative qui voit dans l'autonomie du champ scientifique (académique) une garantie de la scientificité, Florida n'hésite pas à recouvrir les habits du businessman dans sa pratique quotidienne d'universitaire, jouant de la confusion des genres entre l'expert et le consultant, diagnostiquant à la fois le mal et le remède, empruntant à l'écriture journalistique comme aux techniques de marketing promotionnel pour – littéralement – vendre ses idées. La « creative class ® » est d'ailleurs désormais une marque déposée. Si les contempteurs de Florida ne manquent pas de réprover les libertés « déontologiques » qu'il s'autorise et d'ironiser sur la réussite entrepreneuriale de ce « chercheur-consultant-gourou » (Gombault, Livat-Pécheux et Durrieu, 2009: 6), ce n'est toutefois toujours qu'à demi-mot qu'ils invoquent les questions d'ordre éthique et moral soulevées par l'adhésion du chercheur aux normes marchandes qui s'imposent de manière croissante dans la production, la validation et la diffusion des savoirs scientifiques et, partant, rendent possible en pratique une telle posture « hétérodoxe ».

de vie distinct expliqueraient une géographie économique différenciée en faveur de certaines (grandes) villes ou types de villes ; 3/ l'impasse fait sur de nombreuses autres problématiques urbaines, autant sinon plus dignes de figurer à l'ordre du jour des agendas des collectivités territoriales que leur offre en termes de culture et de loisir.

Pour la suite du propos, il suffira de rappeler et de situer brièvement, à chacun de ces égards, les propositions de Florida et les objections qui leur sont posées. Je mêlerai mes propres observations à l'argumentaire critique qui se déploie.

Capital créatif et croissance économique

Sans doute, une difficulté première à la théorie de la croissance urbaine proposée par Florida tient à sa lecture, radicale, des évolutions récentes de l'économie capitaliste. Pour le chercheur, en effet, l'économie moderne – de plus en plus mondialisée, portée par le développement des technologies de l'information et des communications (TIC) – est entrée dans un cycle économique nouveau, celui de la créativité, caractérisé par l'exploitation accrue d'un type spécifique de capital humain :

Powering the great ongoing changes of our time is the rise of human creativity as the defining feature of economic life. Creativity has come to be valued – and systems have evolved to encourage and harness it – because new technologies, new industries, new wealth and all other good economic things flow from it. (Florida, 2002c: 21).

Cette reconfiguration des systèmes productifs, de plus en plus tournés vers l'immatérialité (les services, la recherche et le développement), entrainerait un bouleversement profond dans la nature, comme dans la localisation des facteurs de compétitivité.

Florida n'est ni le seul, ni le premier, à défendre de telles idées. Depuis la fin des années 1960, certains économistes, sociologues et autres essayistes ont acquis la conviction que les sociétés d'Amérique du Nord et d'Europe de l'Ouest subissent de profondes transformations qui les font entrer dans une phase nouvelle de leur développement économique. Ainsi, l'hypothèse voulant que la création de valeur repose de plus en plus sur la créativité et l'innovation permanente, la matière grise des travailleurs plutôt que sur les industries qui les emploient, n'est certes pas une donnée spécifiquement contemporaine et rappelle à l'actualité des idées déjà anciennes. Comme le reconnaît lui-même Florida (Florida, 2002c: 44), une filiation conceptuelle peut aisément s'établir entre, par exemple, le « creative worker » dont il fait l'éloge aujourd'hui et le « knowledge worker » de Peter Drucker qui, dès les années 1960, proposait une première « formalisation » de la

« knowledge class », tel qu'elle sera définie par Daniel Bell au milieu de la décennie suivante (Bell, 1973).

Au début des années 1990, la recherche urbaine et les milieux du développement économique souscrivent d'ailleurs aisément à une hypothèse forte, mais encore largement à démontrer, celle de la Nouvelle économie, qui postule sous ses diverses désignations concurrentes plus ou moins équivalentes (économie de l'immatériel, économie du savoir, économie postindustrielle, capitalisme informationnel, capitalisme numérique...) le caractère central du savoir scientifique, des activités de création et de l'innovation technologique comme facteurs premiers et décisifs de la prospérité. Le rôle d'un capital humain qualifié dans le processus d'innovation et de croissance est mis en surbrillance (en particulier: Lucas, 1988); l'attraction et la concentration de ce type particulier de capital devenant pour plusieurs l'enjeu de fond de la compétitivité des agglomérations urbaines et des territoires. Non seulement un capital humain qualifié stimulerait la croissance des villes par le biais des gains de productivité, il stimulerait en outre la qualité de vie urbaine et induirait sa croissance par une demande en termes d'aménagements (Simon, 1998; Mathur, 1999; Glaeser, Kolko et Saiz, 2001; Glaeser et Saiz, 2003; Shapiro, 2005 [2003])⁶². En dépit du consensus relatif qu'il inspire, ce raisonnement se heurte toutefois à deux objections majeures.

D'une part, et avant même qu'il soit nécessaire d'invoquer le problème tortueux des facteurs premiers de la croissance économique, il est déjà malaisé d'arrêter l'exacte direction de la causalité qui lie croissance et capital humain (ou le « talent », selon la formule de Florida). Sans surprise, la théorie du capital créatif fait ainsi resurgir à la surface du débat une question depuis longtemps débattue par les spécialistes d'économie régionale : est-ce le capital humain qui cause la croissance ou la croissance qui attire le capital humain? (Muth, 1971). Sans doute, l'explication ne saurait se réduire à un lien de causalité simple et attribuable à un facteur en particulier (Markusen, 2006; Shearmur, 2006).

⁶² Bien que la parenté conceptuelle des construits idéologiques soit évidente, la notion de « capital créatif » ne doit pas être confondue avec la notion de « capital humain » qui, elle, renvoie communément au niveau d'étude de la population considérée et non pas au type d'occupation professionnelle, comme c'est le cas chez Florida : la « classe créative », telle que définit par Florida, se distingue de la classe « qualifiée » au sens où, tout en l'englobant, elle lui ajoute des activités qui ne reposent pas fondamentalement sur le niveau d'éducation. Dans cet esprit, la notion de classe créative est opposée à celles de classe ouvrière (fabrication), de classe des services (qui renvoi à un vaste groupe économique dominé par des travailleurs à faible niveau de compétences et à faible revenu), ainsi qu'aux domaines d'activité liés à l'agriculture (pour l'énumération des catégories d'emplois considérés dans cette tripartition, voir: Florida (2002c: 328). Cela dit, il s'agit néanmoins toujours bien chez Florida de faire reposer la prospérité des territoires sur la constitution d'un bassin de compétences spécifiques et d'expertises « nouvelles ».

L'idée selon laquelle il s'agit d'attirer un capital humain « créatif » pour assurer l'implantation d'entreprises et générer du développement est ainsi particulièrement mise à mal dans les cercles économiques par les tenants des théories évolutionnistes (néo-schumpétériennes), qui lui opposent le contre-exemple de processus de développement endogène récursif où la causalité cumulative et l'importance de l'histoire (l'effet de *path dependence*) constituent les premières dimensions explicatives des phénomènes⁶³. À la croisée de la réflexion sur les districts industriels et des approches évolutionnistes sur l'émergence et la diffusion de l'innovation, on insiste par ailleurs sur le fait que la créativité est un processus éminemment collectif et qu'un « milieu innovant » ne saurait advenir d'une simple accumulation de capital humain : la capacité individuelle et collective à innover s'articule en amont comme en aval et émerge à la faveur d'interactions complexes entre un milieu social, des réseaux de transaction inter firmes, un marché du travail et des formes institutionnelles (institutions publiques, instances associatives et professionnelles...) qui opèrent la coordination et le pilotage (Pratt, 2004; Scott, 2006a, 2008; Storper et Scott, 2009).

D'autre part, l'analyse prospective de l'évolution des systèmes productifs débouche sur des scénarios dont la pertinence reste à évaluer. La valeur même du concept de « nouvelle économie » est mise en question par la recherche empirique qui souligne la nouveauté, mais aussi la portée toute relative des trois « réalités » sur lesquelles s'appuie communément sa définition: la mondialisation des échanges et de l'activité économique, les effets appréhendés du développement des technologies de l'information, l'exigence corollaire de nouveaux savoirs et savoir-faire axés sur la créativité et l'innovation (Healy, 2002); la substitution du secteur des services et du tertiaire avancé au secteur manufacturier comme lieu principal de concentration de la main d'œuvre étant, à cet égard, le plus souvent présenté comme la confirmation empirique des hypothèses.

Or, les enquêtes de terrain tendent à montrer que le développement des nouvelles technologies n'occasionne pas les bouleversements escomptés sur la société et l'organisation du travail, mais représente bien plus une opportunité à saisir, ou non, par les acteurs. En conséquence, les chercheurs adoptent des positions beaucoup plus ambivalentes, moins déterministes, sur les effets du développement des technologies (Liker, Haddad et Karlin, 1999; Perrons, 2001, 2003). Les effets de la mondialisation ne seraient

⁶³ Pour Montgomery, par exemple, « perhaps the most serious shortcoming is that Florida fails to relate the emergence of leading cities in the creative economy to pre-established traditions of wealth creation and innovation. » (Montgomery, 2005: 10).

pas non plus aussi lourds sur les économies locales qu'on est généralement porté à le croire. Les économistes montrent bien que, là encore, le problème est plus complexe qu'il n'y paraît de prime abord : la compétition étrangère, par exemple, ne peut être tenue pour seule responsable de l'instabilité économique, de la baisse des salaires ou des difficultés rencontrées par les entreprises sur un territoire donné (Krugman et Lawrence, 1994). Enfin, la tertiarisation de l'économie des pays avancés s'avère non seulement un processus plus lent que prévu, mais redevable à de multiples facteurs, liés tant à l'évolution économique qu'à l'évolution sociale : externalisation de la production de biens vers les pays en voie de développement qui ont rattrapé leur retard industriel, féminisation du marché du travail, augmentation générale du niveau de qualification, etc. (Coriat, 1989).

Par conséquent, la hausse des effectifs dans le tertiaire ne signifierait pas pour autant une « demande » de compétences nouvelles, ni même le déclin des secteurs industriels classiques. À l'encontre de l'idée d'une société et d'une économie « post » ou « néo » industrielle, certains vont d'ailleurs jusqu'à soutenir que « *the increase in absolute figures of the number of industrial workers in society indicates that society is currently undergoing one of history's largest industrialization waves* » (Nylund, 2001: 229). En tout état de cause, l'effet « vieille économie » se fait toujours bien sentir sur la croissance du commerce mondial, comme sur certaines industries exportatrices des pays du Nord, basées sur des secteurs de spécialisation traditionnelle (Miotti et Sachwald, 2006).

Bref, sans nier l'utilité d'une approche globalisante de la réalité de l'économie capitaliste et de ses mécanismes, force est de constater que, chez Florida, l'approche n'évite pas le risque d'une simplification exagérée du « système-monde » complexe dans lequel fonctionnent les villes. C'est d'ailleurs ainsi qu'est reconduite et nourrit une vision hiérarchique (et certes très nord-américaine) de l'armature urbaine mondiale, où les relations entre les villes dans le monde mais aussi l'ensemble des articulations interterritoriales sont pensées essentiellement sous le mode de la concurrence (plutôt, par exemple, que sous celui de la mise en réseaux). Par conséquent, la mobilisation des actifs et des activités culturels du territoire doit répondre chez Florida à un même mot d'ordre, à savoir se tailler une place avantageuse sur le nouvel échiquier économique mondial où l'enjeu est d'amasser le plus de « capital créatif ». Or, comme le remarque fort justement l'urbaniste et sociologue Alain Bourdin, quoique sur une base différente:

[...] l'idée de villes qui toutes se battent pour grimper dans la hiérarchie mondiale, se déchirent pour obtenir les événements mondiaux, et « gentrifient » leur centre-ville pour

attirer la classe créative, les investisseurs et les touristes est outrageusement simpliste. (Bourdin, 2008: 28).

Face à la diversité des réalités locales qui s'observent (économiques, sociales, culturelles, institutionnelles, réglementaires) et devant les multiples visages de la ville « postfordiste » (suivant les espaces et les échelles géographiques, les trajectoires socio-économiques, les « modèles » productifs, les secteurs, le degré de maturité des firmes qui composent ces derniers...), il va à l'évidence que le développement et la croissance économique des territoires, aux États-Unis comme ailleurs, ne se jouent pas (seulement) à la capacité d'accumuler, retenir ou générer un stock de « capital créatif » (Evans, 2009: 1006; Oakley, 2009).

Classe créative et attractivité culturelle

Une seconde grande difficulté à la théorie de Florida pour qui veut la mettre à profit dans le jeu de la concurrence interurbaine internationale réside dans l'imprécision de ses concepts-clés, au premier chef celui de « classe créative ». Suivant Florida, la classe créative, comme nouvelle classe sociale, trouve sa cohérence première dans les valeurs et les aspirations (le « style de vie ») qui sont communes à ses membres. Ces valeurs et aspirations seraient d'abord à chercher du côté d'un certain éthos contemporain du travail, qui « classe » davantage que d'autres facteurs socio-économiques et socioculturels usuellement pris en compte :

We often tend to classify people on the basis of their consumption habits or lifestyle choices, or, more crudely, by their income level. For instance, we often equate middle income with middle class. Though I view these things as significant markers of class, they are not primary determinants. A class is a cluster of people who have common interests and tend to think, feel and behave similarly, but these similarities are fundamentally determined by economic function – by the kind of work they do for living. All the other distinctions follow from that. And a key fact of our age is that more of us than ever are doing creative work for living ». (Florida, 2002c: 8).

Partant du principe selon lequel le nouvel ordre mondial qui émerge engendre de manière concomitante un positionnement fondamentalement nouveau de la figure de l'artiste ou du créateur dans les sociétés contemporaines, Florida affirme la disparition (la « résolution historique ») des grandes oppositions de classe qui auraient tenu séparé, au moins jusqu'aux années 1980, le monde bourgeois capitaliste de la contre-culture bohème. Plus exactement, un nouvel « éthos créatif » se construirait sur la synthèse inédite (« *a big morph* ») de deux systèmes de valeurs réputés jusqu'à lors incompatibles : un premier associé à l'éthique protestante du travail, telle que définit par Max Weber au début du 20^e

siècle, et un second renvoyant à une « éthique artiste », plus hédoniste, valorisant le plaisir et la satisfaction personnelle (Florida, 2002c: chapitre 11).

Cet éthos produirait une culture du travail entièrement nouvelle, qui encourage une individualité créatrice mais cette fois offerte de manière relativement volontaire à la disposition des acteurs du champ économique afin de servir, notamment, le développement d'idées « innovatrices ». C'est ainsi que « *all members of the Creative Class [...] share a common creative ethos that values creativity, individuality, difference and merit* » (Florida, 2002c: 8)⁶⁴. De la même façon que l'on a pu associer l'éthos protestant à l'avènement du capitalisme industriel (à la suite de Max Weber), la transition vers un capitalisme « postfordisme » ou « postindustriel » serait donc permise par ce nouvel éthos créatif, on ne peut mieux adapté aux exigences contemporaines. Or, si c'est sur ce pari d'une reconfiguration de la posture « artiste » que Florida s'autorise à poser la créativité comme force motrice de la croissance économique, la nouvelle bohème productive qu'il décrit ne se conçoit toujours bien qu'en « ville ».

En effet, suivant Florida, les valeurs de la classe créative — individualisme, méritocratie, diversité et ouverture d'esprit — dictent et légitiment tout un art ou un mode de vie foncièrement urbain, basé sur la recherche de stimulations constantes et le désir d'expériences riches et multidimensionnelles. Les membres de la classe créative consomment de la culture de manière intensive, affectionnent les espaces publics animés et préfèrent à la fréquentation des lieux « statiques » de la culture (musées, orchestres symphoniques, etc.) s'imprégner de l'atmosphère d'une culture de la rue « organique et indigène », c.-à-d. valorisant des formes d'art peu ou pas institutionnalisées et les modes de vie alternatifs, les rencontres d'occasion et les relations informelles (Florida, 2002c: 182). Par conséquent, ces derniers affectionneraient particulièrement les villes cosmopolites et hétérogènes, tolérantes et ouvertes, où la culture urbaine est « authentique » ; la recherche d'authenticité rimant ici avec la diversité culturelle sous toutes ses formes. Se référant de

⁶⁴ L'usage pour le moins ambiguë chez Florida du substantif « talent » pour désigner les membres de la classe créative se comprendrait dès lors en regard de la représentation moderne produite dans le monde artistique du modèle individualiste de la créativité, faisant jouer l'inné (le don du génie créateur) contre l'acquis (la technique et le savoir-faire transmis de l'ouvrier et de l'artisan). Si elle l'élargit à une catégorie socioprofessionnelle beaucoup plus vaste, la théorie du « capital créatif » reconduit en ce sens une conception élitiste de la création et du créateur; ce qu'on ne manquera d'ailleurs pas de lui reprocher (Shearmur, 2006). Cette critique se comprend d'autant plus que les sciences économiques définissent de manière consensuelle le capital humain comme l'ensemble des capacités, connaissances et compétences qu'une personne *acquiert* au cours de la vie par l'entremise de l'éducation, de la formation et de l'expérience.

manière explicite aux thèses postmodernes sur le passage de l'économie des produits à une économie de l'expérience (Pine et Gilmore (1999) sont cités), Florida discourt abondamment sur ce désir qu'ont les membres de la classe créative de goûter à toute la gamme d'expériences culturelles que seul peut offrir l'environnement dense et diversifié de la grande ville. Les dynamiques d'implantations résidentielles de la classe créative résulteraient de ces valorisations paysagères, autant sinon plus que de critères classiques liés, par exemple, aux occasions d'emplois et à la carrière professionnelle en général. L'affirmation est audacieuse à plus d'un titre.

D'une part, poser la qualité de l'offre culturelle des territoires comme facteur d'attractivité court le risque de prendre l'effet (le dynamisme culturel) pour la cause d'un développement global du territoire: en toute logique, la quantité et la qualité plurielle de cette offre pourraient suivre l'augmentation démographique sur le territoire d'une population plus demandeuse en la matière, mais attirée par de « banales » opportunités professionnelles (Shearmur, 2006: 18)⁶⁵. D'autre part, un des apports les plus fructueux des travaux portant sur les stratégies résidentielles des groupes et des personnes est bien celui d'avoir montré que les causes et les motivations derrière les choix — toujours contraints — du lieu de résidence sont diverses et multiples. Le nombre de « paramètres » dont on peut raisonnablement supposer qu'ils pèsent, à quelques degrés, dans les comportements résidentiels apparaît *a priori* très élevé et, par là même, conduit la recherche à n'apporter que des réponses nuancées et partielles, d'autant plus qu'elle s'éloigne du niveau macro pour situer l'explication au carrefour de logiques d'acteurs et de déterminants structurels (Grafmeyer et de Singly, 2005).

Mais si ce débat sur le type de relation en cause semble vite tourner à vide, c'est aussi, et plus fondamentalement peut-être, en raison des ambiguïtés et des imprécisions qui entourent la question de la mesure. En effet, l'originalité du propos chez Florida – et la

⁶⁵ Cette hypothèse de la causalité inverse trouve d'ailleurs un appui dans les premiers résultats d'une vaste enquête par questionnaire (plus de 1700 répondants répartis en 13 villes européennes), initiée dans le cadre du programme européen ACRE - Accommodating Creative Knowledge. Competitiveness of European Metropolitan Regions within the Enlarged Union. L'enquête ACRE vise à évaluer le poids relatif de trois facteurs de localisation sur les choix d'implantation résidentielle des professionnels dit créatifs: 1/ les effets de trajectoire personnelle (lieu de naissance et d'études), 2/ les « hard factors » (emploi, salaires, taille de la ville, transports, facilités de logement, ressources universitaires), 3/ les « soft factors » (climat, environnement, facilité des relations sociales, ainsi que les indicateurs de tolérance et de vitalité culturelle utilisés par Florida). Les résultats tendent à montrer la part congrue jouée par les soft factors dans les choix de localisation des travailleurs (10% contre 34% pour les hard factors et 56% pour les trajectoires personnelles). Sur les ambitions de ce programme, les équipes participantes, les questionnaires utilisés, la liste des villes impliquées ainsi que certains résultats, voir en ligne: <http://acre.socsci.uva.nl/>. J'aurai l'occasion de revenir sur cette enquête.

matière à controverse – tient pour l'essentiel à ce rapport de connaturalité entre identité sociale (professionnelle) et identité urbaine qu'il donne pour caractéristique première des membres de la classe créative. Toutefois, sur cet aspect de la théorie, même la plus conciliante des critiques radicalise le ton :

But while I agree with much of Florida's substantive claims about the real, I end up with doubts about his prescriptions for urban planning. Florida makes the reasonable argument that cities hinge on creative people, they need to attract creative people. So far, so good. Then he argues that this means attracting bohemian types who like funky, socially free areas with cool downtowns and lots of density. Wait a minute. Where does that come from? I know a lot of creative people. I've studied a lot of creative people. Most of them like what most well-off people like – big suburban lots with easy commutes by automobile and safe streets and good schools and low taxes. [...]. (Glaeser, 2004: non paginé).

Comme l'indique bien ce commentaire, l'objet de la dissension concerne moins l'idée d'une adéquation entre les caractéristiques d'un lieu et les caractéristiques d'une population donnée (voire un lien de cause à effet entre les besoins individuels, les aspirations, les croyances et la localisation résidentielle), qu'une interprétation divergente des termes mêmes de l'adéquation. Dit plus simplement : quel territoire pour quelle personne ?

Il faut bien voir à cet égard que, lorsque Florida se penche sur les sources de l'avantage urbain et régional, c'est avant tout pour faire valoir les ressorts essentiellement qualitatifs et subjectifs (personnels) de l'attractivité territoriale sur les membres de la classe créative. Ce faisant, le chercheur a le mérite certain, en adoptant un point de vue plus « sociologisant » des phénomènes, de rappeler à l'attention le fait que les qualités des espaces fluctuent selon les systèmes de représentation, les croyances et les valeurs qu'ils charrient. Mais justement parce qu'ils sont culturellement et sociologiquement mouvants dans l'espace et dans le temps, ces systèmes de représentation sont difficiles à étudier, autrement qu'en focalisant l'attention sur des groupes sociaux bien spécifiques. Or, telle que la définit Florida, la classe créative s'avère un ensemble social des plus composites, dont les contours sont au demeurant assez flous.

En effet, suivant Florida, la classe créative se subdivise en deux grands groupes de travailleurs. Autour d'un premier noyau d'emplois constitué des professions et des activités exigeant le plus de « capital créatif » (« *whose economic function is to create new ideas, new technology and/or new creative content* ») gravite un second groupe tout aussi éclectique, composé de cadres et de professionnels à l'esprit inventif, d'avocats, de professionnels de la santé et de la finance ; bref, tous ces gens « *engage in complex problem solving that involves a great deal of independent judgment and requires high levels of education or*

human capital. » (Florida, 2002c: 8). Florida justifie le groupement qu'il opère par une définition minimale de la créativité (« *the ability to create meaningful new forms* »), qui le conduit à englober sous un même type de fonction économique trois formes de « manifestations » créatives : 1/ une « créativité technologique », à l'origine des innovations technologiques, du développement de nouveaux produits, de nouveaux concepts ou de nouvelles technologies ; 2/ une « créativité économique » qui est le propre, notamment, de ces entrepreneurs qui fondent de nouvelles entreprises ou qui sont à la tête de nouvelles industries ; 3/ une « créativité artistique et culturelle » sur laquelle repose la création de nouvelles formes d'art, d'idées neuves et des modes de vie alternatifs. Pour Florida, ces trois formes de créativité sont profondément interreliées et s'enrichissent mutuellement par des effets de « fertilisation croisée » (Florida, 2002c: 8).

Ainsi circonscrite à partir de sa base économique (du type de fonction exercée), la classe créative renvoie donc à un vaste ensemble de catégories socioprofessionnelles: aux États-Unis, elle regroupait en 1999, selon les propres estimations du chercheur, plus de 30% de la population active, c'est-à-dire environ 38 millions d'individus, qu'ils soient artistes ou ingénieurs, musiciens ou programmeurs, écrivains ou entrepreneurs. Il est aisé de comprendre qu'une telle définition par trop « extensive » d'une nouvelle classe sociale – qui, d'ailleurs, n'entreprendrait pas (encore ?) de *conscience de classe* (Florida, 2002c: 8) – n'offre guère de prise à la vérification empirique. De l'avis de plusieurs commentateurs, l'approche par trop fonctionnaliste à laquelle recourt Florida pour distinguer une nouvelle strate sociale et économique de travailleurs constitue, de fait, la plus grande faiblesse de sa théorie.

De manière à leur donner raison, les divers efforts de clarification conceptuelle et méthodologique en-cours peinent à convaincre sans équivoque de la cohérence du groupement opéré, s'attachant en fait moins à décomposer le concept en ses dimensions essentielles qu'à le « déconstruire ». Ainsi, des travaux empiriques portant sur la distribution spatiale résidentielle des professionnels dits créatifs en Amérique du Nord et ailleurs arrivent à de semblables conclusions sur la nécessité de désagréger la catégorie pour rendre compte de la diversité des dynamiques socio-spatiales qui s'observent (Hansen, Van et Asheim, 2005; Markusen, 2006; Wojan, Lambert et McGranahan, 2007). Sans même avoir à juger des avancées respectives permises par ces travaux (j'y reviendrai), les déconstructions de la classe créative qu'ils opèrent signalent la fragilité du concept et interrogent la capacité d'identifier la cohérence qui permettrait de le construire. Au mieux, la question de sa

légitimité théorique pour décrire et expliquer des mutations économiques, sociales et culturelles de grande ampleur reste ouverte.

La majorité des commentateurs critiques préfèrent toutefois ne voir dans l'annonce de l'ascension sociale d'une classe créative rien de plus qu'un usage abusif des termes. Si, dans une conception « nominaliste » du concept de classe (plus proche de celle de Weber), le regroupement opéré par Florida est jugé trop vaste pour fonder une catégorie nouvelle et soutenir la démarche empirique, l'existence d'une classe créative est également réfutée au motif de l'absence de certains critères de la définition marxiste : conscience de classe, groupe d'intérêts, caractère conflictuel des rapports sociaux... Au final, le jugement est sans appel : « *In fact, there is really no "class" here at all as defined by criteria of class interest, outlook, or social patterning of behaviors.* » (Markusen, 2006: 1924).

Culture et développement

Enfin, les détracteurs de la théorie de « la montée de la classe créative » ne manquent pas de condamner le peu de place faite dans cette théorie à des problématiques urbaines, notamment des problématiques d'ordre social, jugées autrement plus critiques pour la compétitivité territoriale et/ou le bien-être collectif local que l'offre en matière de culture et de loisir: l'étalement urbain, le vieillissement des infrastructures, la concurrence inter-municipale, le transfert de responsabilités, le logement et les contraintes financières, etc. Dans cette ligne critique, deux types d'objections reviennent de manière plus courante pour inviter à dissocier dynamisme culturel et dynamisme économique des territoires. D'un côté, on questionne la pertinence d'axer les stratégies territoriales de développement économique sur des facteurs d'attraction résidentielle plutôt que sur des facteurs plus traditionnels d'implantation des activités productives et marchandes. En renchérissant sur le thème de « l'œuf ou de la poule » du développement et de la croissance territoriale (Muth, 1971), on fait valoir en particulier, différents types d'études à l'appui, que les préférences résidentielles de la main-d'œuvre ne s'avèrent au mieux qu'un facteur parmi d'autres (fiabilité des infrastructures, faibles coûts salariaux, incitatifs fiscaux...) présidant au choix du lieu d'implantation des firmes (Houston *et al.*, 2008).

En se plaçant cette fois sur un registre plus social qu'économique, on reproche à la théorie de propager un discours élitiste ou exclusif, favorisant une certaine élite professionnelle, en l'occurrence jeune, célibataire, cosmopolite et friande de technologie (entre autres: Hannigan, 2007: 77). Les observateurs critiques s'accordent plus largement à décrire les territoires de la « nouvelle économie » à partir d'un double phénomène de croissance des

emplois dans l'économie nouvelle et de croissance des emplois mal rémunérés dans des domaines exigeant peu de qualifications (Scott, 2007)⁶⁶. Ces questions fondamentales d'équité sociale ou d'égalité sont déclinées en fonction de diverses catégories de population, et de type d'espaces (Edensor *et al.*, 2009). Ainsi, un rapport commandité par Patrimoine Canadien ne manque pas de souligner le paradoxe qu'il y a à promouvoir un environnement fortement axé sur la culture pour attirer une nouvelle élite urbaine, sans se soucier du fait que la plupart des créateurs artistiques à la source de ce dynamisme culturel attractif vivent sous le seuil de pauvreté (Donald et Morrow, 2003: 8-11). D'autres suspectent Florida d'en avoir contre le style de vie « banlieusard », si ce n'est contre les valeurs familiales (Peck, 2005: 741 et 760). Plus généralement, on s'entend pour voir dans la théorie du développement urbain qu'il propose une traduction spatiale de la théorie économique néolibérale du « *trickle down effect* » (l'investissement qui profite aux riches induit des effets de retombées graduelles favorables à tous). Or, cette théorie du « *trickle down effect* » présente non seulement un caractère tout hypothétique (Shearmur, 2006), elle conduit en outre à une justification tendancieuse de la *gentrification* des centres-villes et de ses effets pervers (Rousseau, 2008: 87).

En réponse à ses détracteurs, Florida rappelle avoir lui-même soulevé la question des inégalités sociales et économiques croissantes au sein des villes et des régions les plus « créatives », et mis en garde contre la menace qu'elles constituent tant pour la cohésion sociale que pour le développement économique. Il insiste dans ses écrits ultérieurs: « *My core message is [...] that human creativity is the ultimate source of economic growth. Every single person is creative in some way. And to fully tap and harness that creativity we must be tolerant, diverse, inclusive* » (Florida, 2005b: 22). En cette matière, toutefois, force est de constater que le nouveau gourou du développement urbain se fait peu loquace sur les solutions à mettre de l'avant, préférant ranger les multiples externalités négatives de l'économie créative au rang de « question ouverte » (Florida, 2005a: chapitre 9). Prêchant un libéralisme social tout en préconisant (malgré lui ?) une vision économique néolibérale en matière de stratégies urbaines (Peck, 2005: 741), l'ambiguïté de la position politique et

⁶⁶ Le développement concomitant de ces deux types d'emplois dans les villes dites néo ou postindustrielles intégrées à l'espace mondial n'a pas échappé aux premiers analystes des transformations contemporaines de l'« économie-monde » qui, à l'instar de Sassen (1991), Robert Reich (1991) ou encore Manuel Castells (1998), interrogent les chevauchements, recoupements et complémentarités entre les processus de développement d'une « économie duale » et d'une « société duale ».

idéologique de Florida lui vaut ainsi d'être la cible de critiques venant tant de la « gauche » que de la « droite » américaine.

Si nombre des propositions au cœur de la théorie de « l'ascension sociale de la classe créative » sont discutables et discutées, ses contempteurs se satisfont toutefois le plus souvent de relever des erreurs ou des imprécisions méthodologiques pour démonter la théorie. La scientificité de la démarche est questionnée, en particulier la valeur de la méthode statistique sur laquelle elle s'appuie. On souligne l'usage de données biaisées et désuètes, car trop étroitement associées à l'inflation de la bulle Internet ou saisies à partir d'un faisceau d'indicateurs de « créativité » et de « diversité » pour le moins approximatifs⁶⁷. On relève des erreurs de causalité : déductions fallacieuses et caractère peu signifiant des classements statistiques, confusion entre la cause et l'effet, confusion entre corrélation et causalité. Enfin, on note une élaboration insuffisante des concepts structurants, celui de « classe créative », mais aussi, en raison du mélange des différents niveaux territoriaux, ceux de « ville » et de « région ». La théorie peine de manière générale à établir le passage entre les niveaux macro et micro de l'analyse. À juste titre, Florida est ainsi accusé de ne pas tenir compte de la structure intra-métropolitaine des régions urbaines, en faisant l'économie d'une distinction claire entre, notamment, les espaces centraux, suburbains et périurbains (Levine, 2004).

En somme, et sans même qu'il soit nécessaire de détailler plus avant l'ensemble de l'argumentaire critique déployé, force est de reconnaître que la théorie de la croissance économique proposée par Richard Florida est, au mieux, qu'une hypothèse et que, de toute façon, elle ne saurait fonder à elle seule — pas plus qu'une autre — les politiques publiques en matière de développement urbain. Comme le résumait tout dernièrement Kate Oakley:

[...] there are clear problems with the uncritical acceptance of Florida's work by many urban policymakers. The first is that very few cities and regions in the world are likely to be successful in this particular global race; the second is that where they are, "success" will be unequally shared in a context of growing inequality. (Oakley, 2009: 18)

⁶⁷ « Peut-on lier le potentiel créatif à une catégorie socioprofessionnelle ? Quant à la tolérance, mesurée par « l'indice gay » et « l'indice bohémien », elle laisse perplexe. L'homosexualité représente-t-elle « la dernière frontière de la diversité dans notre société ». Les « barrières » les plus importantes ne sont-elles pas d'ordre économique et social. Pour « l'indice bohémien », Richard Florida reste dans le flou, comme David Brooks avec le concept de bobos ». (Jourdan, 2008).

Cela dit, l'examen du concept de « nouvelle économie » n'autoriserait toutefois pas à conclure que les choses n'ont pas changé, ni que la nouvelle donne ne soit pas, en partie du moins ou dans une certaine mesure, celle pointée par Florida. En fait, si on met de côté les ambitions programmatiques d'une théorie de la croissance urbaine à l'évidence mal ficelée et indûment prétentieuse, celle-ci apparaît reformuler des propositions sur les relations entre dynamiques économiques, développement urbain et substrat culturel des villes, au moins dignes d'être considérées pour leur valeur d'hypothèse⁶⁸. Je défendrai cette lecture en deux temps; d'abord par une mise en perspective du débat autour des notions d' « économie créative » et de « classe créative » par rapport à d'autres tentatives de désignation et d'interprétation des évolutions récentes des rapports entre la société et la culture.

Du nouveau dans la nouvelle économie

On le sait, le concept de Nouvelle économie (*New Economy*) a été originellement avancé pour traduire la situation de l'économie états-unienne au tournant du siècle, à savoir, pour le dire vite, une croissance forte tirée par les nouvelles technologies, l'absence d'inflation, le plein-emploi et la conquête des marchés mondiaux au sein d'une économie désormais « globale ». Depuis que l'euphorie boursière des valeurs technologiques s'est estompée, ce concept sert la thèse plus générale selon laquelle le capitalisme industriel est entré dans une ère nouvelle (« post-fordiste », « néofordisme », « toyotisme »...), marquée par un changement plus ou moins radical de paradigme économique. La nature de ce nouveau système économique et social préoccupe depuis un certain temps déjà la communauté scientifique élargie, qui multiplie à son égard les propositions interprétatives : « économie du savoir » (OCDE, 1996), « société et économie de la connaissance » (Foray, 2000), « capitalisme informationnel » ou « hypercapitalisme » (Rifkin, 2000), « capitalisme cognitif » (Azaïs, Corsani et Dieuaide, 2001), etc. ; d'autres que Florida entonnant d'ailleurs, mais pas toujours de concert avec lui, le couplet d'une « nouvelle économie créative » (Hall, 2000; Leadbetter, 2000; Howkins, 2001; Cooke et Lazzarretti, 2008b).

Dans le débat anglo-saxon sur le post-modernisme et le postfordisme comme dans le débat francophone sur les approches régulationnistes, les observateurs critiques font d'abord valoir

⁶⁸ Je soumettais une première fois cette idée lors d'une communication présentée en 2004 au XVIIe Congrès de l'AISLF (Roy-Valex, 2004), puis la développais comme ligne argumentaire d'un texte publié deux ans plus tard dans un ouvrage collectif sous la direction de Diane-Gabrielle Tremblay et Rémy Tremblay (Roy-Valex, 2006).

le caractère relatif et incertain de ce qui est le plus souvent présenté comme une mutation brutale et radicale (Gadrey, 2001). Récusant les analyses aux ambitions plus ou moins globales ou totalisantes, on préfère mettre l'accent sur une ou plusieurs des dimensions nouvelles prêtées à la « nouvelle économie » (une nouvelle économie des droits de propriété intellectuelle, par exemple). Mais si l'on ne s'entend pas toujours sur la nature et l'ampleur des changements observés, on reconnaît néanmoins que, depuis au moins ces trois dernières décennies, s'opèrent des transformations dans l'organisation de la production économique comme dans les organisations urbaines, et que ces transformations rendent légitime la recherche de nouveaux cadres d'analyse pour comprendre la société en général et les villes en particulier.

À l'échelle macro de la compétitivité urbaine, la mesure des mutations de l'environnement global qui affectent le devenir des agglomérations urbaines met plus spécifiquement en exergue deux processus susceptibles d'instaurer de nouvelles règles du jeu en radicalisant, par leur action combinée, les rapports de concurrence entre territoires : 1/ la mondialisation, c'est-à-dire la circulation croissante des flux à l'échelle mondiale (flux de capitaux, flux de technologies, flux des « élites » professionnelles, flux idéologiques...); 2/ des transformations dans la structure productive des économies urbaines, dues en partie à des mutations dans les manières d'innover, de produire et d'échanger qui concerneraient l'ensemble de l'économie et de la société. Sur ce dernier aspect, une série de forces ou de tendances lourdes, notées dès les années 1970 et abondamment documentées depuis, appuient l'idée d'une transition du paradigme productif vers un paradigme « culturel » et « cognitif », intégrant notamment la dimension « créative » de l'agir.

Deux phénomènes concomitants sont plus spécifiquement pointés pour justifier le diagnostic de cette phase historique nouvelle du régime de croissance économique : 1/ une accélération sans précédent du rythme des innovations; 2/ une imbrication croissante de l'innovation dans les technologies, comme dans les produits existants (innovation formelle) et les méthodes productives (innovation de procédé, innovation organisationnelle). On en veut pour preuve les réorientations marketing de la grande distribution en faveur d'une « économie de la variété », qui tend à supplanter les logiques d'une économie de production de masse jusqu'à lors dominante. On en veut également pour preuve l'adoption croissante dans les organisations productives de méthodes de production fondées sur la flexibilité (flexibilité de l'emploi, flexibilité du travail, flexibilité des procédés), qui permettent de maintenir ou d'augmenter l'efficacité et la performance d'entreprises « innovantes ». Parallèlement à cette affirmation d'un régime de concurrence fondé sur l'innovation

industrielle et la différenciation, l'idée s'accrédite chez les économistes que « créativité soit fille d'innovation » et, par le fait même, précurseur de changement technologique. Reprenant le postulat schumpetérien de l'importance de la créativité et de l'entrepreneur dans la création de la richesse, on affirme : « *la compétitivité des individus et des firmes provient essentiellement de leur créativité, la vie économique réclamant autant d'esprit créatif que les arts et les sciences* » (Fujita et Thisse, 2003: 24).

Ces évolutions auraient pour premier effet d'inscrire le champ de l'économie culturelle dans une économie plus vaste, qu'elle soit dite de la connaissance, du savoir, de l'immatériel... C'est ainsi que, des premières réflexions menées sur le « capitalisme informationnel » (Rifkin, 2000) à celles plus récentes sur le « capitalisme cognitif-culturel » (Scott, 2007), l'accent est mis sur le rapprochement intervenu au cours des dernières décennies entre le monde culturel et le monde économique. Or, comme on le verra maintenant avec plus de précisions, la recherche tend à défendre à cet égard une position qui rappelle sur plus d'un aspect celle de Florida. L'analyse supporte une triple entrée : par le contenu, par le travail et par le territoire.

Économicisation de la culture et culturalisation de l'économie

Un secteur d'activité économique en expansion

Une première tendance lourde qui marque l'importance accrue de la culture au sein du paradigme productif contemporain tient à l'élargissement et à l'essor incontestables des activités tournées vers la création, la production et l'exploitation marchande de contenus culturels, suivant la définition plus ou moins extensive que recouvre le vocable aujourd'hui en vogue d'industries créatives. En dépit des écarts dans les indications chiffrées du poids économique de ces industries dites créatives, elles apparaissent aujourd'hui, prises à part ou considérées dans leur ensemble, comme des atouts majeurs pour le développement économique et social des territoires, et ce « *tant du côté de l'offre (emploi, production et échanges commerciaux) que du côté de la demande (croissance de la part des loisirs dans les budgets des ménages)* » (Menger, 2002a: 11). Face à la montée réelle et appréhendée de ces industries dans les économies contemporaines, il est en fait permis de penser que le potentiel qu'elles offrent pour la croissance économique et le développement des territoires soit susceptible d'être surinvesti des mêmes promesses que l'ont été les industries de l'informatique et de l'électronique dans les années 1980 – 1990 (Scott, 2004: 463).

La montée de ces industries met en valeur deux éléments qui valent ici la peine d'être notés. Premièrement, leur essor est largement redevable au développement des technologies de l'information et des communications (TIC), responsable de la création continue de nouvelles formes de productions et de diffusion culturelles : arts numériques (visuels et musicaux), web design, effets spéciaux au cinéma, médias interactifs (jeu vidéo, musée en ligne, apprentissage en ligne avec un contenu culturel), etc.⁶⁹ La catégorie d' « industrie culturelle » est ainsi particulièrement mise à l'épreuve dans les années 1990 par l'émergence de nouveaux secteurs de la création numérique qui, à l'intersection des TIC et des pratiques créatrices, en appellent de fait à la construction d'un nouvel appareil sémantique⁷⁰. De manière générale, l'impact de l'économie numérique et des services informatiques sur la croissance de l'économie globale retient l'attention. La distribution numérique de contenu culturel, la musique notamment, ouvre de nouveaux marchés à l'échelle mondiale. En outre, les nouvelles technologies de communication (numérique, par téléphone et Internet) font naître une génération d'utilisateurs qui, loin de se contenter d'élargir leurs expériences culturelles, s'essaient également à la création. Or, en ces domaines, le commerce d'une innovation-créative repose bel et bien sur l'entrelacement de la créativité artistique, technologique et entrepreneuriale, au fondement même de la théorie du « capital créatif » de Richard Florida.

Deuxièmement, le « boom » économique que connaissent les activités à composantes culturelles ne saurait se suffire comme explication d'un trop simple déterminisme technique ou « technico-cognitif ». En effet, la montée en puissance de ces activités dans les économies contemporaines et, de façon liée, l'extension toujours grandissante des domaines de la culture (art, culture, patrimoine), s'expliquerait plus largement par l'action conjuguée

⁶⁹ Si, comme le relève justement Gaétan Tremblay, l'art et la culture sont au cœur de la construction idéologique du nouveau modèle de l'économie créative, ce n'est certes pas en raison du poids économique des activités traditionnellement associées au secteur culturel: « aussi bien les données des éditions successives du Mapping Document britannique que celles du rapport de la CNUCED montrent à l'évidence que les industries culturelles ne constituent, en valeur, qu'une partie relativement réduite de ce nouveau secteur qu'on appelle les industries créatives. Dans le premier cas, c'est plutôt le software et les services informatiques qui constituent la locomotive du secteur. Dans le second, c'est le design qui joue ce rôle moteur » [...] En fait, les activités non traditionnellement identifiées aux industries culturelles comptent pour plus de 65% des revenus totaux des industries créatives » (Tremblay, 2008 : 76).

⁷⁰ Bien qu'elle n'ait pas connue la même fortune que la notion d' « industries créatives », les ITCP, pour Information Technologie Creative Practice (Mitchell, Inouye et Blumenthal, 2003), est une autre de ces dominations originales proposées pour rendre compte de l'apparition de ce nouveau domaine d'activité issu des changements structurels liés à la convergence des nouvelles technologies, d'une part, et du secteur culturel comme secteur d'activité économique, d'autre part.

d'une « marchandisation » progressive de la culture humaine — résultante de la demande incessante du capitalisme pour la mise en marché de produits nouveaux — et d'une sémiotisation croissante de la consommation, voire, à la suite de Featherstone (1991), une « esthétisation de la vie quotidienne » (les attributs esthétiques ou symboliques des biens et services sont de plus en plus valorisés).

Ce dernier phénomène serait corollaire à l'émergence d'une culture de consommation de plus en plus hétérogène, diversifiée et fragmentée, elle-même attribuable pour certains auteurs à la montée de l'individualisme dans les sociétés occidentales modernes et à la stylisation conséquente des modes de vie en fonction d'un « goût » individuel. On y verra aussi l'affirmation d'une « économie de l'expérience » (Pine et Gilmour, 1998), dans laquelle le consommateur cherche à vivre des immersions dans des expériences extraordinaires plutôt qu'à rencontrer de simples produits ou services⁷¹. Dans tous les cas, l'intérêt scientifique et politique porté au potentiel économique de la culture en contexte d'« économie créative » s'ouvre à des types d'activités qui « étendent » les secteurs traditionnellement concernés par la créativité : les industries du luxe, la mode, le design et l'architecture, les arts culinaires et la gastronomie, les services de publicité et de communication marketing, le tourisme culturel sous toutes ses formes; certains pays intégrant par exemple au sein de leurs secteurs créatifs les parcs d'amusement et les casinos (Poirier et Roy-Valex, 2010).

Dans la recherche académique comme dans les documents d'orientation politique portant sur l'économie créative et ses industries, cet élargissement du périmètre sectoriel traditionnellement dévolu à la culture apparaît être fonction de deux grandes « visions » historiques des rapports entre culture et société. DeNatale et Wassall (2007) y réfèrent comme « The Economic Nature of Cultural Enterprise », d'un côté, et « Creativity as the Generation of Innovation », de l'autre :

[...] one emphasizes the production of cultural goods and services — however defined — as a valuable contributor to society; the other emphasizes the role of intellectual innovation as an economic driver of particular value during periods of societal transition. DeNatale et Wassall (2007: 6).

⁷¹ Une série d'autres facteurs socio-économiques et socioculturels entrent en jeu pour expliquer la croissance contemporaine de la demande sociale de produits et services de la culture. Parmi ceux-ci, l'augmentation générale du niveau de vie, d'une part, et le facteur démographique, d'autre part, alors que le vieillissement de la population se traduirait par un effet positif sur la consommation culturelle, en particulier dans les franges les plus aisées de la société

Aux modèles sectoriels qui énumèrent une liste d'activités et d'occupations ou qui se fondent sur un aspect particulier de l'économie créative (dans la tradition de l'économie culturelle), « répondent » ainsi des approches plus transversales ou intégrées, postulant une série de liens entre la culture, la créativité et l'innovation (c.f. supra, p. 56-60)⁷². L'évolution en cours du paradigme du développement territorial, allant de l'innovation technico-économique au « capitalisme cognitif » et à l'innovation formelle (prépondérance des dimensions culturelles, esthétiques et symboliques des produits), conduit de fait à une appréhension économique de la culture comme facteur d'« enrichissement » de produits non culturels.

De la valeur matérielle à la valeur symbolique : un virage dans l'économie générale

La conjonction de l'évolution de l'offre et de la demande à la faveur d'une esthétisation et d'une sémiotisation croissante de la consommation a été observée par une diversité de théoriciens de la culture (Baudrillard, 1970; Harvey, 1989; Featherstone, 1991; Lash et Urry, 1994, etc.); les travaux de Scott Lash et John Urry étant sans doute aujourd'hui les plus cités à cet égard. Lash et Urry sont en effet parmi les premiers théoriciens à donner pour cadre d'analyse au développement de l'économie culturelle un capitalisme postindustriel/postmoderne. Le régime économique de ce nouveau capitalisme se résume pour eux en une formule, mainte fois reprise depuis dans la littérature : « *the economy is increasingly culturally inflected [while] culture is more and more economically inflected* (Lash et Urry, 1994: 64). Concomitante à l'affirmation d'un régime de concurrence fondé sur l'innovation et la différenciation, cette « culturalisation » de l'économie aurait connu dans la seconde moitié du 20^e siècle une brusque évolution qualitative par la substitution successive de la production de sens/symboles à la production de marchandises.

Dans un contexte d'intensification de la concurrence, en partie due au développement de la mondialisation des marchés, l'acquisition de positions concurrentielles semble en effet permise par des efforts pour accroître la sophistication de l'offre. L'adoption de ce type de stratégie de différenciation vers le haut, qui dépend moins d'innovations technologiques radicales qu'incrémentales, a induit une hausse considérable des « composants culturels » de la production (Crevoisier et Kebir, 2007: 16). En vue de « marchandiser la différence »

⁷² Des particularismes locaux peuvent également déterminer l'élargissement des domaines à inclure. C'est d'ailleurs pour tenir compte de cette réalité que le nouveau cadre pour les statistiques culturelles de l'UNESCO (2007) se veut par essence flexible.

(Boltanski et Chiapello, 1999), la stratégie d'entreprises des secteurs des services, mais aussi des secteurs de spécialisation traditionnelle (le secteur du meuble, de l'habillement, de l'horlogerie, l'industrie automobile...) tend à délaisser une production fonctionnelle et standard (de type fordiste) à la faveur d'une valorisation des aspects communicationnels (esthétiques et symboliques) des produits finaux : le contenu culturel de la production économique permet une évolution vers des produits à plus forte valeur ajoutée, puisque porteurs, outre leur valeur utilitaire, d'une dimension esthétique et sémiotique recherchée pour elle-même.

Au moment où le monde culturel, de plus en plus soumis à la rationalité économique, en internalise le comportement, le monde économique verrait ainsi croître sa dépendance aux facteurs culturels, esthétiques et symboliques. La création culturelle se retrouve non seulement à la base du système productif en tant qu'*output*, c.-à-d. à l'extrémité du processus de production, mais aussi en tant qu'*input* ou produit de « consommation intermédiaire » : l'ensemble des « produits » culturels constitue *de facto* un stock d'idées, de références, d'images ou de sons auquel puise une diversité de secteurs économiques (Howkins, 2001; Hesmondhalgh, 2007). Cette insertion de la créativité culturelle dans le processus de création de valeur ajoutée fait éclater le moule classique de la fonction de production. Elle rend également caduque l'opposition entre vieille et nouvelle économies, dans la mesure où cette opposition consisterait à distinguer des secteurs de faibles et moyennes technologies, d'une part, et de hautes technologies, d'autre part. Comme le suggère l'économiste Xavier Greffe (2005: 19), l'ampleur actuelle du débat international sur les questions relatives à la diversité culturelle est sans doute révélatrice des enjeux commerciaux soulevés par une telle extension du « marché des biens symboliques » (Bourdieu, 1971) à l'économie générale.

L'idéal du travail « artistico-flexible »

La création artistique en modèle d'organisation et de production industrielle

En même temps que le capitalisme intègre dans sa logique les activités culturelles et communicationnelles, des transformations dans les aspects pratiques et plus symboliques du marché du travail apparaissent affecter l'ensemble de l'économie. À compter des années 1970, en effet, le monde du travail se caractérise, d'un côté, par la valorisation accrue de formes de compétences axées sur la créativité et la réflexivité et, d'un autre côté, par des transformations au niveau du mode d'organisation de la production, qui favorise de nouvelles formes flexibles d'organisation du travail hautement qualifié : en réseau, par projet,

décentralisé. Parallèlement et de façon liée, des relations d'emplois plus ténues, plus fluctuantes et plus individualisées accompagnent la perte de la prévalence de l'emploi salarié typique et la progression parallèle du travail flexible⁷³. En regard de cette évolution globale du monde du travail, différents chercheurs développent aujourd'hui le thème de l'artiste comme incarnation du travailleur de demain, au même titre que le scientifique ou le travailleur en haute technologie.

En France, les premiers à le faire sont peut-être Luc Boltanski et Ève Chiapello (Boltanski et Chiapello, 1999). Dans *Le nouvel esprit du capitalisme*, ces sociologues mettent en évidence deux types de critiques formulées à l'encontre du capitalisme à la fin des années 1960 : d'un côté, « la critique sociale » dénonce l'égoïsme des intérêts particuliers dans la société bourgeoise et la misère des classes populaires; de l'autre, « la critique artiste » reproche à ce système d'aliéner la liberté de l'individu, la rationalisation capitaliste entravant les potentiels créatifs et d'auto-organisation des individus qui sont exclus de la direction de leurs propres affaires. Pour Boltanski et Chiapello, c'est grâce à une habile et « formidable récupération » par les consultants en management et les dirigeants d'entreprise des thèmes de la « critique artiste » (responsabilisation, autonomie, mobilité, libération, authenticité) que le capitalisme a survécu à la crise des années 1970 et au déclin du fordisme.

Cette intégration dans le monde de l'entreprise des aspirations portées par les mouvements sociaux et les milieux intellectuels des années 1960-1970 se verrait au mieux à partir des années 1990, avec la valorisation sans précédent de la créativité dans le discours managérial. Aujourd'hui intégrée (« endogénéisée ») dans le système de pensée capitaliste, la critique artiste ferait partie de l'appareillage dominant des manières de faire et de voir, rendant ainsi possible l'instauration d'une logique d'organisation productive « néo-industrielle », fondée sur la notion de projet et le travail flexible. De fait, les valeurs cardinales de la compétence artistique (l'imagination, l'intuition, l'invention, l'engagement personnel dans le travail, la dislocation des routines), mais aussi le modèle organisationnel du travail artistique (par projet, en réseau...) s'étendent à d'autres « mondes » de production que celui de la production artistique proprement dite.

⁷³ La reprise par une partie de la communauté scientifique internationale du concept danois de flexicurité ou flexisécurité (*flexicurity*, en anglais) apparu au milieu des années 1990, ainsi que la place prépondérante qu'il prend depuis dans le débat politique sont d'ailleurs symptomatiques de ces transformations du marché du travail, qui conduisent à s'interroger sur la nécessité de refondre la conception de l'emploi et du travail héritée du capitalisme industriel pour aménager au mieux le « système social » du capitalisme et de l'économie nouvelle.

Dans son *Portrait de l'artiste en travailleur* (Menger, 2002a), Pierre-Michel Menger attire lui aussi l'attention sur la reconfiguration des modes de reconnaissance du travail de création ou de ses requalifications dans l'univers marchand, à partir de l'idée selon laquelle le créateur artistique évolue quotidiennement dans les modèles économiques les plus conformes aux exigences du capitalisme contemporain. À la différence toutefois de Boltanski et Chiapello, pour qui il apparaît possible — sinon nécessaire — de refondre le projet d'une critique politique de façon à renouveler les formes d'opposition aux contraintes managériales, l'évolution décrite par Menger revêt un caractère plus fataliste et irréversible:

[...] le temps n'est plus aux représentations héritées du XIXe siècle, qui opposaient l'idéalisme sacrificiel de l'artiste et le matérialisme calculateur du travail, ou encore la figure du créateur, original, provocateur et insoumis, et celle du bourgeois soucieux de la stabilité des normes et des arrangements sociaux [...]. Non seulement les activités de création artistique ne sont pas ou plus l'envers du travail, mais [elles] sont au contraire de plus en plus revendiquées comme l'expression la plus avancée des nouveaux modes de production et des nouvelles relations d'emploi engendrés par les mutations récentes du capitalisme. Loin des représentations romantiques, contestataires ou subversives de l'artiste, il faudrait désormais regarder le créateur comme une figure exemplaire du nouveau travailleur. (Menger, 2002a : 8).

Rejoignant en ce sens les propositions de Richard Florida (qu'il a manifestement lu), Menger considère les artistes, les scientifiques et les ingénieurs comme étant au « *noyau dur d'une « classe créative » ou d'un groupe social avancé, les « manipulateurs de symboles » (Reich, 2001), avant-garde de la transformation des emplois hautement qualifiés »*. (Menger, 2002a: 7).

Le créatif comme nouveau facteur de production

Dans la réflexion théorique comme dans la recherche empirique, cette habilitation de l'artiste en travailleur apparaît ni plus ni moins corollaire de la montée et de la banalisation du thème des industries culturelles (cf. le succès du concept d'« industries créatives », tant dans le débat académique que politique) et de la promotion concomitante de la créativité et du « travail de création » comme enjeux majeurs de la croissance économique et du développement. On y verra aussi les effets de la mise en question interne au champ artistique du modèle individualiste de la créativité, au moment où l'image du génie créateur est mise à mal par des formes collectives de création notamment, mais aussi une certaine

professionnalisation du travail artistique⁷⁴. Tandis que se banalisent les notions de créativité et de travail expressif dans le monde salarial conventionnel, se profile ainsi dans le champ de la production artistique l'effacement ou la disparition de la figure traditionnelle (moderne) de l'artiste, le mythe de l'artiste romantique ou charismatique cédant le pas à de nouvelles conceptions du « travailleur culturel » : « artiste-chercheur », « entrepreneur culturel », « bohème postindustrielle »...

En tout état de cause, les discours portant sur la politique et la théorie de l'art et de la culture envisagent de plus en plus le secteur culturel sous l'angle d'un bassin de main-d'œuvre et les pratiques artistiques sous l'angle du travail salarié (de l'emploi). L'écho de ces théories sur l'atténuation d'un antagonisme absolu entre l'art (le travail expressif) et le travail productif s'entend aussi bien dans le monde francophone que dans le monde anglo-saxon (et peut-être plus encore dans les sciences sociales britanniques⁷⁵). À travers les analyses de l'« hyperindustriel » ou du « postindustriel », se dessine un artiste nouveau genre ou des temps nouveaux qui, à l'instar du « créatif » de Florida, continue de nourrir une culture d'innovation mais interagirait de façon nouvelle avec l'économie. C'est ainsi, par exemple, qu'Angela McRobbie soutient qu'en Grande-Bretagne: « *creative work increasingly follows the neo-liberal model, governed by the values of entrepreneurialism, individualisation and reliance on commercial sponsorship* » (McRobbie, 2002: 517). Mais c'est aussi de cette façon que Richard Lloyd conclue de ses recherches sur la bohème artistique qui s'observe dans le Chicago d'aujourd'hui : « *a socio-cultural pattern usually interpreted as resistant to*

⁷⁴ Ainsi, pour Pascal Nicolas-Le Strat, l'« [...] intégration du créatif comme nouveau facteur de production est rendue possible depuis que le travail artistique se professionnalise et que l'industrie des services peut le qualifier, le spécialiser, en fait le renvoyer à l'ordre commun de la compétence. La professionnalisation correspond à l'étape dernière de la diffusion, de la sécularisation et de la banalisation du travail artistique » (Nicolas-LeStrat, 1998: 27-28). L'évolution des statistiques officielles au cours des quarante dernières années aurait également contribué, dans la plupart des pays avancés, à stabiliser une représentation courante de l'artiste en travailleur. En effet, si elles ont pu être longtemps agrégées à une multiplicité de secteurs, et ni plus ni moins dissimulées à la vue, la main-d'œuvre et les entreprises artistiques sont aujourd'hui partie prenante du Système des comptes nationaux, et peuvent être saisies, du moins en apparence, comme tout autre domaine de production. En tout état de fait, la re-problématisation du travail artistique effectif au sein même de la sphère de l'art est sans doute parti lié avec les processus actuels de banalisation et d'instrumentalisation de la créativité (Génard, 2003).

⁷⁵ Il est possible de reconnaître dans ces analyses l'influence du « tournant culturel » postmoderne d'origine britannique qui, dans son premier versant, retient le principe de la dilution des barrières culturelles et du brassage des références comme caractéristique première de l'époque actuelle. C'est dans cet esprit, par exemple, que Scott Lash (1990) développera, à l'encontre de la conception répandue en sociologie d'une différenciation croissante de la société dans des sous-systèmes autonomes, l'idée d'une « dédifférenciation » de l'art et de l'économie; un brouillage ou rééquilibrage de ces deux sphères d'activités et formes de rationalité autrefois (plus) clairement séparées.

the standard norms of capital accumulation has now become part of a new regime of labor incorporation » (Lloyd, 2002: 528).

Sans vouloir entrer plus avant dans le débat sur les causes ou les conditions des changements qui s'observent, ces dernières remarques sur le brouillage des oppositions modernes entre « travail expressif » et « travail productif » forcent à insister sur la rivalité dans l'explication de deux thèses concurrentes, à savoir celle de la « demande » et celle de l'« offre » de travail. La thèse de la demande est sans doute la plus fréquemment invoquée, y compris dans les recherches sur l'évolution des économies urbaines. On comprend que, selon cette thèse, ce sont les nécessités inhérentes aux exigences d'un nouveau système économique (associée à la montée des TIC, à l'importance économique accrue des biens immatériels ou culturels, et/ou à une nouvelle idéologie managériale) qui expliquent une demande de compétences nouvelles (capacité de travailler en réseaux, polyvalence, etc.), la mobilisation croissante des savoirs abstraits, l'appel à l'initiative et à l'autonomie, ainsi que l'émergence de formes et de pratiques organisationnelles compatibles avec une grande réactivité et l'engagement vocationnel de chacun. Toutefois, une seconde lecture, plus sociologisante, offre une explication alternative, qui se situe à l'exact opposé de ce premier modèle.

En effet, suivant cette seconde lecture, ce n'est pas tant une demande « externe » qui expliquerait l'évolution du paradigme productif actuel vers un paradigme culturel et cognitif, qu'une offre massive de travailleurs hautement qualifiés, attribuable en partie à un phénomène de surqualification de la main-d'œuvre depuis la démocratisation du savoir dans les années 1960 (Lesemann et Goyette, 2003: 11). Or, la sociologie du travail observe de manière générale que, dans le contexte des transformations globales de la conception de la personne dans nos sociétés où la réalisation de soi aurait désormais valeur d'injonction, « *les catégories les plus aisées et les plus diplômés sont davantage attentives au contenu du travail, appréhendé comme une composante du bonheur et une source d'accomplissement personnel* » et qui mérite en conséquence de faire l'objet d'un investissement personnel important (Baudelot et Gollac, 2003). Ces évolutions se traduiraient par l'aspiration des personnes à l'idéal du travail « artistico-flexible » (Lefebvre, 2008), c.-à-d., — et dans une vision sans doute idéalisée du quotidien des artistes — un travail choisi, non routinier, sans

horaires fixes, produit de sa propre créativité en l'absence de contraintes extérieures⁷⁶. Les valeurs et les attitudes envers le travail de la nouvelle génération « supporteraient » ainsi le développement du travail expressif au-delà du domaine « culturel », et suggèreraient que le régime vocationnel n'est plus (s'il l'a jamais été) l'apanage des seuls artistes.

Des études menées aux États-Unis et au Royaume-Uni sur les conditions de travail dans les secteurs porte-étendards de la Nouvelle économie (multimédia ou nouveaux médias) offrent d'ailleurs un même constat paradoxal : alors que les caractéristiques communes du marché du travail dans ces secteurs (intermittence, mode de production par projets discontinus, allongement et intensification du temps de travail, compétitivité) laissent à penser une dégradation des conditions de travail et des conditions nouvelles d'insécurité pour les travailleurs, ces derniers affirment au contraire tirer une grande ou une très grande satisfaction de leur travail et y être fortement engagés. Cet engagement dans le travail et la satisfaction tirée de l'activité professionnelle expliqueraient que l'on accepte de longues heures de travail, des revenus relativement bas pour les compétences et l'énergie déployée, de même qu'une dissolution de la frontière entre le temps du travail et le temps du loisir (O Riain, 2002; Perrons, 2003). Des enquêtes empiriques conduites auprès de travailleurs canadiens de l'industrie du jeu vidéo mettent pareillement en exergue, parmi les éléments clés de la satisfaction au travail, la notion de plaisir, de *fun*, qui accompagne un travail vécu comme une activité créatrice et expressive (Simon, 2002; De Peuter et Dyer-Whiteford, 2005).

Tout en se gardant de confondre savoir et créativité en une même théorie du « capital humain », il s'agirait donc bien, comme nous y invite Florida, de considérer à la fois la montée en puissance de ces demandes d'autonomie, d'expression de soi et de sens, et leur intégration dans les processus de valorisation du capitalisme contemporain.

Recomposition des espaces productifs et nouveaux milieux de vie

Enfin, pour donner crédit à la théorie du « capital créatif », s'ajoute aux deux tendances précédemment évoquées la dynamique spatiale sélective de l'économie culturelle/créative,

⁷⁶ Comme le résume le philosophe canadien Charles Taylor : « La théorie selon laquelle chacun d'entre nous a une façon originale d'être humain implique que chacun d'entre nous doive découvrir ce que c'est qu'être soi-même. Mais on ne peut pas faire cette découverte en se reportant à des modèles préexistants, cela va de soi [...] La création artistique devient le paradigme de la définition de soi. L'artiste est promu en quelque sorte au rang de modèle de l'être humain, en tant qu'agent de la définition originale de soi. ». (Taylor, 1992: 85).

qui aurait « naturellement » tendance à localiser ses activités au cœur de certaines agglomérations urbaines ou types de ville. La littérature géographique n'a cessé de le rappeler : la thématique des industries créatives est assez particulière, dans la mesure où elle impacte surtout les territoires les plus urbains. Ainsi, les métropoles, et davantage encore les villes dites « globales » — New York, Los Angeles, Paris, Londres, Tokyo... — concentrent dans une très large mesure les capacités de conception, de production et de diffusion des produits culturels et du multimédia (Scott, 2000). La tendance générale n'exclue pas du paysage mondialisé des agglomérations de plus petites envergures ou considérées jusqu'à lors à la périphérie d'un monde capitalisme globalisé (Lorenzen, Scott et Vang, 2008; Edensor *et al.*, 2009).

L'identification des schémas de localisation conduit à introduire une distinction entre deux échelles spatiales d'analyses, l'inter-métropolitain et l'intra-métropolitain. La distribution spatiale des activités productives à l'intérieur d'une même aire urbaine tendrait en effet à produire des concentrations fortes d'entreprises de taille et de nature variées, situées dans un périmètre géographique relativement restreint. La zone des localisations se situe souvent, mais pas exclusivement, au sein ou au pourtour du noyau central de l'agglomération (communément nommé *inner city*, en anglais), dans les quartiers les plus anciens de la ville⁷⁷. Non sans surprise, cela s'avère également pour les nouveaux secteurs technologiques de la création industrielle (Helbrecht, 1998 ; Norcliffe et Eberts, 1999; Hutton, 2000 ; Manzagol, Robitaille et Roy, 2000; Pratt, 2000 , 2001; Scott, 2000, etc.).

Cette propension des activités technocréatives à la concentration géographique en quelques zones urbaines va à l'encontre des thèses en vogue depuis les années 1970-1980 sur la dissolution des villes par le progrès des techniques de transport et de communication, notamment Internet et les technologies associées. S'il est peut-être prématuré en matière de géographie économique de conclure à l'échec des prévisions des futurologues des dernières décennies (Lethiais, Rallet et Vicente, 2003), les règles classiques de la localisation industrielle ne s'avèrent pas ici chamboulées, au contraire. De fait, la coprésence dans les espaces urbains centraux de différentes formes d'innovation (technologique, industrielle et économique d'un côté, sociale, sociétale, culturelle et artistique de l'autre) interpelle les

⁷⁷ Étant entendu que certaines agglomérations urbaines peuvent présenter plus d'une « ville centre », suite à une redistribution des densités (bâties, résidentielles et/ou d'activités) dans l'aire urbanisée.

chercheurs, qui suspectent de possibles « proximités vertueuses » permises par la ville traditionnelle, c.-à-d. dense, compacte, mixte et diversifiée.

Je reviendrai plus en détail sur ces questions dans la dernière partie de ce chapitre. Ce qu'il importe de voir pour le moment, c'est que l'utilisation de l'espace par les entreprises faisant commerce d'une innovation-créative n'est pas la seule forme représentative des processus de spatialisation par lesquels une « nouvelle économie créative » se matérialiserait dans les zones urbaines centrales, marquées par la présence des arts et des artistes. En effet, dès la fin des années 1960 puis de façon plus affirmée à partir des années 1980, on observe dans les grandes agglomérations nord-américaines une tension dialectique de la croissance urbaine entre, d'une part, une force centrifuge par laquelle l'étalement urbain ne cesse de s'accroître et, d'autre part, une force centripète en vertu de laquelle le noyau urbain connaît un repeuplement progressif grâce à l'expansion des couches moyennes à moyennes supérieures (Berry, 1980; Rose, 1984; Smith et Williams, 1986; Clark, 1987; Sénécal, Tremblay et D.Teufel, 1990; Bourne, 1993).

Au début des années 1980, cette évolution tendancielle de la composition sociodémographique des quartiers urbains centraux conduit à envisager la disparition à terme du dispositif de division sociale de l'espace hérité des première et deuxième révolutions industrielles (Ley, 1981). Si l'hypothèse demande toujours à être vérifiée, les théoriciens de la ville (sociologues, anthropologues, politologues, philosophes) s'entendent depuis un temps déjà pour reconnaître une mutation du modèle traditionnel de mouvement des catégories moyennes-supérieures vers le périurbain, et non seulement en Amérique du nord⁷⁸. Bien que les causes ou conditions de ce « retour » dans la ville centre soient sans doute multiples et imbriquées, l'explication du phénomène est plus particulièrement cherchée dans l'aspect fonctionnel de la centralité (la concentration au centre des activités du tertiaire avancé et des services connexes), mais aussi dans son aspect symbolique : le retour en

⁷⁸ Durant les années 1970-1980, toute une littérature nord-américaine et européenne relevant de diverses disciplines (économie, politique, sociologie, géographie, histoire, urbanisme) se penche sur ce phénomène de renouvellement social des centres. La volonté d'en comprendre les causes et les impacts — positifs ou négatifs — conduits à l'élaboration d'une multitude de notions et de concepts nouveaux : « régénération urbaine », « reconquête des quartiers anciens », « réanimation des quartiers centraux », « revitalisation urbaine », « rénovation résidentielle des vieux quartiers », « ennoblissement », « embourgeoisement », « élitisation », « gentrification » (Sénécal, Tremblay et D.Teufel, 1990: 14). Forgé au début des années 1960 par la sociologue britannique Ruth Glass, le néologisme « gentrification » reçoit l'aval du plus grand nombre, bien que son usage recouvre aujourd'hui encore des acceptions aussi diverses que variées (Bourdin, 2008). J'aurai l'occasion de revenir sur ces questions.

ville de certaines fractions des catégories plus aisées apparaît être aussi, et surtout peut-être, un « retour à la ville » (Germain, 1984).

On s'accorde ainsi pour donner comme caractéristique de la ville néo ou postindustrielle l'émergence de « nouveaux milieux » résidentiels centraux, accueillant une population qualitativement nouvelle en termes de profil socioprofessionnel et de structure démographique, mais aussi d'attitudes, de style de vie, de goûts et de pratiques consommatoires. Depuis plus de trente ans, les sciences sociales font preuve d'un intérêt non démenti pour spécifier cette « nouvelle classe moyenne urbaine », embue de « valeurs nouvelles » et à la recherche de « nouveaux modes de vie » (Weber, 2007: 182). Avec bien souvent pour assises théoriques essentielles la sociologie critique de Pierre Bourdieu, l'attention se porte vers les significations sociales de l'investissement, tant matériel que symbolique, de l'espace résidentiel d'adoption. Dans cette perspective d'analyse, on cherche à montrer que la ville centre – certains espaces centraux – représente non seulement le lieu par excellence de pratiques de consommation culturelle socialement différenciées, elle devient en elle-même un objet de consommation et de distinction sociale (Zukin, 1982; Ley, 2003a).

À cet égard, la recherche empirique a tôt fait de mettre en relief des processus d'esthétisation ou de sémiotisation des paysages urbains par l'art, la culture ou la simple présence des artistes, soulignant le rôle-clé joué par ces processus dans les dynamiques de redéveloppement territorial (pour une synthèse des écrits : O'Connor, 2007). Les efforts plus récents des pouvoirs publics de se distinguer dans le concert de la mondialisation par l'intégration d'éléments culturels dans la politique de promotion de la ville (Cameron et Coaffee, 2005) sont d'ailleurs depuis longtemps relayés à souhait par les promoteurs privés, en particulier l'industrie immobilière locale, dont le discours promotionnel, les images et les récits qu'elle véhicule participent tout autant à la « fabrication » de narrations singulières aux accents plus ou moins fantasmagoriques⁷⁹. C'est ainsi que, des nouveaux « intermédiaires culturels » de Featherstone (Featherstone, Lash et Robertson, 1995) aux « néo-bohémien » de Richard Lloyd (2002, 2006), en passant par les « lofteurs » de Sharon Zukin (1989 [1982

⁷⁹ À Montréal, la stratégie de mise en marché d'au moins deux projets immobiliers d'envergure témoignait encore récemment de l'ironie sans égale dont est capable à cet égard l'industrie immobilière: le « Montmartre », un projet d'implantation de 82 condominiums au sommet de la « butte Sherbrooke » (www.lemontmartre.ca), et le « Louis Bohème », projet porté par un important promoteur immobilier de Barcelone, visant la construction d'une tour de près de 300 luxueux condominiums au cœur du récent Quartier des spectacles (louisboheme.com).

]), la « *cultural new class* » de David Ley (1996), les techno-yuppies ou « bobos » de David Brooks (2000), la « classe créative » de Florida trouve autant de variantes théoriques, pourvu que l'accent soit mis sur le rapport réflexif à la culture qu'entretiennent les groupes et les individus et par lequel la consommation culturelle (de biens, mais aussi d'ambiances et d'images) devient un vecteur identitaire et statutaire de premier ordre.

En somme, un ensemble de concepts-slogans repris à nouveaux frais par la théorie du « capital créatif » — la globalisation, l'économicisation de la culture, la culturalisation de l'économie, la montée concomitante d'un nouveau type de travailleur et de modalités du travail, le renouveau des classes moyennes — résume sans doute des tendances, des évolutions significatives voire des mutations sociales qui ont affectées et affectent le devenir des villes et des espaces urbains centraux, bien que le milieu scientifique reste très partagé sur la nature et la portée exactes des phénomènes qu'ils recouvrent, leur éventuelle nouveauté ainsi que la pertinence de ces désignations.

À cet égard, il faut bien voir que la théorie proposée par Richard Florida recèle à l'évidence une forte dimension utopique ou auto-réalisatrice, dans la mesure où le nous inclusif dont elle fait abondamment usage pour décrire les valeurs et les aspirations d'une nouvelle classe sociale qui serait actuellement en pleine ascension se fait au moins autant performatif et axiologique que constatif. S'il mérite d'y être attentif, ce caractère de prophétie auto-réalisatrice de l'économie créative ne devrait toutefois pas conduire à sous-estimer un certain nombre de désarticulations ou de réarticulations des rapports entre culture et société, par lesquelles les activités artistiques — comme secteur d'activité, comme intrant dans les processus de production, aussi bien que comme type particulier de travail et de travailleurs — contribuent à la montée effective d'une économie (d'une société) « culturo-cognitive » basée sur les TIC, les entreprises du tertiaire, la flexibilité du travail... Vue sous cet angle, la notion de « classe créative » apparaît intégrer et dépasser à la fois un ensemble de propositions sur le rôle de la culture dans les processus contemporains du renouveau économique urbain et l'évolution de la structure sociale des villes, à *minima* dignes d'être considérées pour leur valeur d'hypothèse.

Le constat trouve un point d'appui supplémentaire dans les réponses apportées par les théories contemporaines sur les économies régionales au phénomène de concentration géographique en quelques zones urbaines centrales des activités à fort contenu technologique et de création (film et télévision, conception de sites web et médias interactifs,

cinéma d'animation 3D, effets spéciaux numériques, jeux vidéo et sur ordinateur...). Dans la prochaine section, l'inventaire synthétique de ces réponses permettra d'étayer le cadre de référence exploratoire de la recherche, tout en jetant un éclairage supplémentaire sur les bases théoriques des propositions de Florida sur la classe créative et les villes créatives. Le champ d'investigation est volontairement resserré au profit d'un examen transversal des arguments offerts pour soutenir l'hypothèse spécifique d'un lien entre l'offre artistique et culturelle des territoires et les espaces privilégiés de l'émergence d'un nouveau dynamisme économique « technocréatif »⁸⁰. En accord avec une démarche de recherche qualitative, inscrite dans un paradigme méthodologique empirico-inductif, la recension des écrits mettra en valeur les contributions jugées les plus susceptibles de fournir des « intuitions de recherche » valables, qu'il est possible de mettre à l'épreuve des faits à partir d'une option méthodologique centrée sur le « travailleur créatif ». Les travaux ayant pour base empirique les nouveaux secteurs industriels de la techno-création à Montréal recevront une attention particulière.

À l'interface de l'art et de l'innovation technico-industrielle

Je l'évoquais précédemment, les descriptions de la géographie de l'économie culturelle/créative mettent communément en valeur le rôle de l'agglomération dans l'activité économique et reconnaissent, au moins implicitement, l'existence d'une dynamique territoriale proprement urbaine au fondement de l'ancrage de secteurs devenus stratégiques: « *actually, creative process is clearly related to urban space* » (Costa, 2008: 183). L'enjeu est alors de décliner, de typifier et de décrire précisément le rapport qui s'observe entre l'émergence de nouvelles formations industrielles (techno)créatives au cœur d'anciennes villes de l'industrie traditionnelle et la spécificité des sites mêmes de la production, tantôt envisagés comme « *new media spaces* » (Pratt, 2000), « *reconstructed landscapes* » et

⁸⁰ Dans cette perspective, l'effort synthétique obligera à n'être qu'allusive sur ce qui distingue et rapproche tout à la fois les différentes approches, théories et modèles évoqués et les formes singulières d' « écosystème innovant » qu'elles cherchent respectivement à décrire et expliquer. Sans vouloir nier l'unicité et la spécificité de ces approches et les points de friction entre les grilles de lecture théorique qu'elles proposent, l'accent sera mis sur les parentés intellectuelles, au risque de forcer les rapprochements et de simplifier indument les arguments. Pour une synthèse critique des théories fondatrices des politiques régionales (croissance endogène, théorie néo-schumpétérienne, approche *clusters*, théorie institutionnaliste, théorie évolutionniste, théorie culturelle) et des essais de classification typologique des espaces productifs urbains, voir par exemple, en français: Carlier (2006), ainsi que Madiès et Prager (2008). En anglais, Moulaert et Sekia (2003) offrent une solide revue critique des modèles territoriaux d'innovation ayant marqué les approches récentes du développement économique régional.

« *signifying precincts* » (Hutton, 2000, 2004a), « *ecologies of creativity* » (Grabher, 2001) ou, encore, « *creative field* » (Scott, 2000).

À divers degrés, chacune de ces notions reconnaît la multi-territorialité des espaces et des scènes sociales sur lesquels se déploient, du global au local, les configurations productives. Mais ces notions ont surtout en commun de faire le pari des proximités vertueuses qui, par des effets de « mise en synergie » des activités créatrices ou autres « effets de terrain propice à la création » (Scott, 2006b: 270) ancreraient dans la « ville » un processus territorialisé d'innovation-créative. Selon les auteurs et les approches, l'analyse décline le concept d'urbanité en quatre variables-clés : densité, diversité, intensité et/ou connectivité. Bien que les modalités concrètes d'interactions des activités technocréatives avec l'animation artistique et culturelle dans laquelle elles se développent demeurent au-delà très peu spécifiées et étayées empiriquement, au moins trois grandes perspectives explicatives, ou intuitions plausibles de recherche, peuvent être dégagées des écrits existants pour explorer cette question:

1/ des effets de type « milieu », promus par les hypothèses relationnelles sur l'émergence d'environnements créatifs issus d'interactions localisées entre acteurs individuels et organisationnels plus ou moins hétérogènes. Ce premier angle de questionnement, à la croisée de l'économie de l'innovation et de la sociologie économique, pose, d'une part, la question des « réseaux socio-productifs » formels et plus informels dans leur extension sociale et géographique et, d'autre part, la question de la mobilité du travail qualifié sur le marché métropolitain du travail de création (le bassin d'emploi);

2 / des effets de « lieu », décrits par des analyses inspirées d'une certaine géographie dite culturelle, d'inspiration phénoménologique, qualitative et sensitive. Sont ici mis en exergue, parmi les constituantes de la « ville créative » et les ressources à la production, la dotation en équipements culturels de proximité mais aussi, de manière moins prosaïque, les qualités formelles et esthétiques de l'environnement productif, l'identité culturelle et symbolique du lieu et des communautés qui l'habitent;

3 / des effets de « culture » (en termes de valeur et d'aspiration), qui reformulent cette fois sous l'angle plus classique de l'économie résidentielle et du marketing culturel urbain, la question de l'incidence de la dimension culturelle du cadre de vie sur l'attractivité territoriale et la formation corolaire d'un bassin de main-d'œuvre « créative ». S'articule ici du point de vue de la consommation, planification urbaine et style de vie, « *place making* » et « *place marketing* ».

En dépit des polarités fortes qui s'observent dans la recherche, je voudrai soutenir que ces trois grandes voies possibles d'explication ne sont pas mutuellement exclusives et que le premier mérite de la théorie de « la classe créative » réside dans le regard synthétique qu'elle invite à développer autour d'elles⁸¹. En gardant en tête le caractère analytique des distinctions proposées, ces trois perspectives de recherche offrent donc, à partir des angles de questionnement et des développements théoriques qui leur sont propres, un premier cadre descriptif et conceptuel permettant de décomposer le problème de départ. Elles sont détaillées ci-après, et de façon successive.

Une remarque préliminaire s'impose, puisque l'espace concret attribué à la présentation de chacune des approches peut laisser croire qu'une valeur inégale leur est accordée dans la construction du cadre de référence exploratoire. En fait, sous l'influence des courants dominants des nouvelles théories économiques de la croissance endogène, l'intérêt des chercheurs pour les mécanismes « localisés » qui structurent et entraînent concrètement l'économie créative a principalement conduit à dégager les aspects géostratégiques de l'activité créatrice et innovante sous forme de « réseaux », de « districts », de « clusters » ou de « milieux » créatifs. L'espace plus important alloué à la présentation de ces hypothèses relatives à des effets de type « milieu » (ou de proximité socio-économique) ne se veut que le reflet de cet état de fait. Toute la pertinence et l'originalité de la démarche proposée ici résident dans la volonté de proposer un cadre unificateur des différentes grilles de lecture en présence, qu'il s'agira ensuite de mettre à l'épreuve des faits.

Les effets de type milieu ou de l'ensemble productif socio-territorial

La très forte majorité des travaux qui explore les dynamiques spatiales et plus spécifiquement territoriales de l'économie créative emprunte au modèle des « territoires innovants », théorisé sous ses diverses variantes plus ou moins concurrentes (district industriel, système local de production, *cluster*, milieu innovateur, technopole, région

⁸¹ D'autres auteurs intègrent et combinent, dans une certaine mesure, les différentes perspectives analytiques. Il en va ainsi, par exemple, des travaux plus récents du géographe américain Allen J. Scott sur l'économie culturelle des villes (Scott, 2006a, 2006b, 2007, 2008). De même, plusieurs collaborateurs à l'ouvrage collectif *Creative Cities. Cultural Industries, Urban Development and the Information Society* (Verwijen et Lehtovuori, 1999) reconnaissent l'intérêt de croiser les perspectives et d'articuler les problématiques (en particulier, O'Connor, 1999). L'invitation à une telle approche intégrée est davantage manifeste dans les travaux à caractère plus sociologique, en particulier ceux de Richard Lloyd sur Chicago (2002; 2006) ou, encore, ceux de Thomas A. Hutton (2008) qui offrent à la comparaison une somme d'études monographiques conduites des deux côtés de l'Atlantique.

apprenante...), pour faire valoir les avantages tirés de la concentration spatiale des activités et des partenaires dans un même espace de proximité géographique. Ces travaux tendent à infléchir le paradigme traditionnel des modèles territoriaux d'innovation en déplaçant la focale analytique d'au moins trois manières :

1/ une importance prépondérante est accordée aux facteurs intangibles de la production, alors que s'ajoute à l'innovation comme système rationnel de production de connaissances une dimension culturelle (esthétique et symbolique) porteuse de sens et de différenciation;

2/ les formes localisées d'organisations productives se définissent par une intégration verticale de la chaîne de valeur des produits⁸² (d'une hausse conséquente de l'efficacité et de la rapidité de production), mais aussi par des coopérations productives articulées autour d'une intégration horizontale de la production: des « complémentarités stratégiques » entre le pôle artistique et commercial de la culture iraient de pair avec une fertilisation croisée des processus et des produits « créatifs » sur les différentes branches ou secteurs faisant commerce d'une innovation-créative (avec cette fois pour résultante un dynamisme accru de l'ensemble du système productif);

3/ un rôle déterminant est reconnu aux interactions locales, et plus particulièrement aux relations interpersonnelles, dans le transfert des expertises, la diffusion et la recombinaison d'idées nouvelles et de connaissances. La construction des phénomènes de développement régional est pensée à partir de « communautés créatives » ou de « réseaux sociaux d'échanges créatifs » et leur rôle d'intermédiaire stratégique dans la circulation, la transmission et la « commodification » de la créativité artistique en biens et services commerciaux. L'unité d'analyse passe en conséquence de la firme au réseau (ou aux relations interindividuelles et entre acteurs organisationnels/individuels) et à ses dimensions socioculturelles. Le débat qui oppose les défenseurs de la « diversité » aux défenseurs de la « spécialisation » sectorielle se reformule et s'atténue, sans pour autant disparaître (voir par exemple: Spencer, 2008)⁸³.

⁸² Avec pour indices un champ de sous-traitance étendu de la conception à la commercialisation, des relations stables entre fournisseurs et clients, des alliances et partenariats stratégiques entre entreprises d'une même branche ou secteur d'activité, etc.

⁸³ Pour mémoire, ces éléments du débat — spécialisation vs diversité — informent depuis un temps déjà l'analyse des effets de l'agglomération sur l'activité économique à travers les deux grandes catégories que recouvre traditionnellement la notion d'économie d'agglomération, à savoir les économies de localisation, d'une part, et les économies d'urbanisation, d'autre part (ces économies passant ou non par le marché).

L'atmosphère industrielle des territoires innovants

Ces élargissements de l'analyse conduit à revisiter les théories des « districts industriels » à l'italienne (Becattini, 1992b, 1992a) et des « clusters » à l'américaine (Porter, 1990). Ces deux concepts sont classiquement mobilisés par la littérature économique pour désigner un ensemble d'entreprises concentrées dans un espace géographique, non nécessairement urbain, et qui entretiennent entre elles des relations plus ou moins intenses de coopération/émulation/concurrence. Suivant une définition *a minima*, le district est spécialisé dans un produit donné, tandis que le cluster (ou grappe industrielle) recouvre un secteur plus vaste d'activités, les TIC par exemple, et intervient sur tous les maillons de la chaîne de valeur ajoutée (R&D, formation, etc.). Dans leur définition première, le concept de district sert également à pointer, plus que le concept de cluster, des caractéristiques socioculturelles propres aux formes typiques de l'organisation productive localisée. S'appuyant sur la notion d'« atmosphère industrielle » introduite par Alfred Marshall il y a près de cent ans (Marshall, 1919), l'argument central veut que la densité des rapports sociaux entre les acteurs qui peuplent un même espace productif suscite une dynamique relationnelle propice à générer les externalités spécifiques à la créativité et à l'innovation; une « atmosphère » créative locale dont bénéficierait l'ensemble des partenaires industriels. Plus exactement, un espace géographique économiquement spécialisé favoriserait le développement et la cohésion d'une « communauté locale » (*place-based community*) de personnes et d'entreprises, progressivement constituée sur et grâce au territoire, et qui, par le partage, la diffusion ou la construction de savoirs communs (*common knowledge*), stimulerait l'apparition d'idées innovantes ou, du moins, leur diffusion au sein de cet espace.

Ces concepts de « districts » et de « clusters » ont donné lieu à de multiples déclinaisons et alimentent aujourd'hui un vaste débat sur la singularité relative des situations productives; les limites, les seuils, les interdépendances et l'imbrication des différentes échelles spatiales des formes de mise en rapport; ou, encore, l'autonomie de la formation des stratégies, selon qu'on adopte des positionnements individualistes méthodologiques ou holistes. La recherche

Suivant une distinction usuelle, les « économies de localisation » se voient à l'extérieur des firmes et à l'intérieur de l'industrie agglomérée, tandis que les « économies d'urbanisation » se voient à l'extérieur des firmes et à l'intérieur de l'espace urbain. Tandis que les uns tendent à faire valoir la spécialisation industrielle comme plus apte à soutenir la croissance économique par les externalités sectorielles (appelées classiquement externalités « Marshall-Arrow-Romer »), les autres donnent au contraire la diversité locale comme plus favorable à la croissance, par le biais d'externalités intersectorielles fondées sur les complémentarités entre compétences diverses (externalités de type « Jacobs »).

sur les territoires de l'économie créative n'est pas exempte de ces débats, qui se reflètent dans la floraison des néologismes pour décrire les formes d'agglomérations locales d'activités intensives en « capital créatif » et les effets de milieu qu'elles induisent. Si les arguments classiques évoqués par la géographie économique pour justifier le renouveau d'intérêt porté à l'idée d'atmosphère industrielle sont repris (la connaissance informelle et les savoirs tacites, la confiance mutuelle, l'apprentissage par l'échange ou le réseautage (*networking*), l'ancrage (*embeddedness*), l'histoire (*path-dependence*), le capital social ou relationnel...), on parle désormais de « districts culturels » (Santagata, 2002, 2004; Sacco, Blessi et Nuccio, 2009), de « districts créatifs » (Abecassis-Moedas et Benghozi, 2005) ou, encore, de « clusters créatifs » (Suire, 2004; Hutton, 2006), en cherchant à affiner toujours plus les typologies.

Les travaux fondateurs du géographe économique américain Allen J. Scott sur l'économie culturelle des villes sont emblématiques de cette orientation de recherche, qui lie proximité spatiale (« district »), proximité socio-économique (« milieu ») et innovation créative (Scott, 1997, 2000). En effet, ce représentant de l'École californienne de géographie économique voit dans la tendance à la concentration spatiale des industries culturelles et du multimédia en quelques grandes aires métropolitaines l'expression « post-fordiste » des districts industriels marshalliens. S'il s'intéresse à ces industries, c'est avant tout pour en comprendre les logiques de localisation et d'agglomération, susceptibles selon lui de concerner l'ensemble des systèmes productifs⁸⁴. Dans le chapitre introductif de son *Cultural Economy of Cities* (Scott, 2000), le chercheur marie ainsi géographie économique et sociologie de l'art pour faire valoir les propriétés endogènes d'un « champ créatif » local ou localisé, qu'il nomme aussi « système régional de créativité et d'innovation » ou, plus récemment, « système de production cognitif-culturel » (Scott, 2007). Ces notions promeuvent une même idée:

⁸⁴ Voyant dans les modes de création, de production et de travail propres au monde artistique, entendu comme filière de production économique, l'archétype d'un nouveau mode de production et d'organisation économique fondé sur la notion de projet et le travail flexible, économistes et géographes sont désormais nombreux à scruter les territoires de l'innovation artistique à la recherche de nouveaux modèles théoriques (pour des travaux précurseurs: Christopherson et Storper (1986) et Storper et Christopherson (1987)). Il n'est ainsi pas rare que la concentration des entreprises technocréatives au cœur des espaces métropolitains soit interprétée comme la condition *sine qua non* d'une logique d'organisation productive « néo-industrielle » ou « postindustrielle », fondée sur l'organisation par projet et le travail flexible. Cette logique d'organisation, tributaire à la fois d'une forme organisationnelle et d'une forme spatiale, viserait à répondre aux exigences d'une modernité avancée, que l'on s'y réfère en terme de « société du risque » (Beck, 1992), de « haute modernité » (Giddens, 1994) ou de « spécialisation flexible » (Piore et Sabel, 1984; Storper, 1989).

Creativity and innovation in the modern cultural economy are thus in significant ways social phenomena that emerge directly out of the logic of the production system and its geographic milieu. (Scott, 2000: 38-39).

De tels systèmes localisés de production renverraient à des « *systèmes de normes et conventions sociales mais aussi de sensibilités culturelles qui se traduisent en partie par la configuration esthétique et sémiotique des produits finaux* » (Scott et Leriche, 2005: 213). La relation de causalité entre la colocalisation d'activités créatrices similaires et la capacité à innover des entreprises trouverait delà une explication dans des « effets de débordement », que les économistes appellent aussi externalités technologiques (*technological spillovers*), propres à l'accumulation en un même lieu d'*inputs* spécifiques, en l'occurrence des externalités cognitives favorables à la créativité et à l'innovation.

Pour Scott, les effets positifs de ce type d'externalités territoriales ne bénéficient pas seulement à la formation socio-spatiale qui les rend possibles, mais peuvent déborder à terme sur l'ensemble de l'agglomération urbaine. Dans une série de recherches et d'articles récents, l'économiste Ann Markusen et ses collègues réfèrent pareillement à cet argument des retombées et transferts sectoriels pour soutenir l'idée selon laquelle la présence d'artistes professionnels stimule non seulement la créativité des autres créateurs, mais qu'en outre « *artists' creativity and specialised skills enhance the design, production and marketing of products and services in other sectors.* » (Markusen et King, 2003: 11; Markusen, Schrock et Cameron, 2004: 19; Markusen *et al.*, 2006).

Ces analyses sont développées dans leurs aspects plus prosaïques par les études portant sur le travail par projet⁸⁵. Le postulat de base veut que se soit « le projet » qui active l'enclenchement des relations économiques et sociales entre les acteurs, plus que leur proximité physique ou géographique. Selon la définition consensuelle qu'en donne Christopherson (2004), le travail par projet est inhérent à une économie fondée sur la créativité et l'innovation. Il permet de répondre aux changements rapides de la demande et favorise la capacité innovante des entreprises. Il repose avant tout sur des individus (et non

⁸⁵ Le travail par projet est sans nul doute la caractéristique organisationnelle la plus fréquemment évoquée et discutée dans la littérature lorsqu'il s'agit d'analyser l'organisation du secteur du multimédia et de ses entreprises. Si l'organisation par projet n'est pas née avec le multimédia, les différents auteurs qui s'y intéressent soulignent néanmoins, d'une part, qu'elle se répand aujourd'hui de façon croissante et que, d'autre part, elle prend des formes de plus en plus complexes en faisant intervenir des acteurs hétérogènes et mouvants. Les pratiques organisationnelles et les nouvelles formes d'emploi rencontrées dans les secteurs de la production multimédia illustreraient au mieux ces évolutions; les entreprises du multimédia apparaissant dès lors comme des « précurseurs » en matière d'organisation de la production et du travail (Banks et al, 2000; Scott, 2000; Tremblay, 2003; Christopherson, 2004, etc.).

pas sur des firmes), sur leurs compétences et sur leurs réseaux. Ces réseaux et les communautés qui les animent constitueraient, avec les institutions, les entreprises et d'autres ressources locales, l'infrastructure sociale de base de l'organisation par projet : ils assurent l'accès à un bassin d'emplois ou de « talents », à des sources vitales d'information, de stimulation et d'émulation créatives, de légitimation et de réputation (Grabher, 2002a). Ce qui implique que les projets sont « encastrés »⁸⁶ et exposés à de plus larges environnements, qui débordent bien au-delà les frontières organisationnelles de la firme.

La notion de réseau, souvent mobilisée par les auteurs, vise dès lors à souligner l'intensité des relations intra, mais aussi inter branches et l'organisation horizontale de la production entre unités de production de petites et plus grandes tailles. Deux types enchevêtrés de réseaux sont identifiés pour leur rôle complémentaire : les réseaux d'entreprise (plus formels, institutionnels), d'une part, et les réseaux individuels (plus informels, personnels), d'autre part. La maximisation des ressources issues de ces réseaux de relations sociales apparaît être un enjeu particulièrement déterminant dans les secteurs économiques traditionnels et plus récents de la création industrielle. En effet, en raison des caractéristiques organisationnelles particulières de la production (fonctionnement par projet, travail flexible...), mais aussi des caractéristiques économiques de ces secteurs (impératifs de créativité et d'innovation, recours à une main-d'œuvre hautement qualifiée ou compétente...), l'encastrement au sein de réseaux socio-productifs denses et hautement socialisés serait crucial. Or, qu'il s'agisse de construire les valeurs professionnelles du milieu, d'échanger des informations ou de se procurer toutes autres ressources « créatives » nécessaires à l'activité, ce sont les réseaux urbains qui « performeraient » le mieux (Grabher, 2001; Christopherson, 2002; Ekynsmith, 2002; Christopherson, 2004)⁸⁷.

⁸⁶ Cette notion d'encastrement (*embedness*) a été développée parce qu'il est convenu d'appeler la Nouvelle Sociologie Economique (NSE) pour rendre compte de l'ancrage de l'activité économique dans une dimension sociale et collective. S'appuyant sur les apports de la sociologie, en particulier les travaux du sociologue américain Mark Granovetter (1985), l'hypothèse veut que l'insertion des entreprises dans l'environnement au sens large (économique, mais aussi juridique, politique, social, culturel, familial...) leur confère une dimension socialement construite, dont l'analyse doit tenir compte. Le rejet corolaire de l'idée d'un marché abstrait surcodant et régulant l'ensemble des sphères économiques conduit à chercher les capacités productives de l'entreprise à l'intérieur de ces frontières organisationnelles, mais aussi à l'extérieur de celles-ci. Les capacités extrinsèques mises de l'avant font autant référence à l'encastrement structurel qu'à l'encastrement relationnel de l'organisation. On retrouve ici les échos d'une réflexion plus large sur les métamorphoses du capitalisme et son « nouvel esprit » connexionniste, réticulaire ou en réseau (Boltanski et Chiappello, 1991).

⁸⁷ Ces analyses entrent en ce sens directement en résonance avec une approche territorialisée des « mondes de l'art » qui met en valeur les effets de la proximité géographique et du partage de valeurs communes dans la définition des espaces d'opportunités qui s'offrent aux artistes (Becker, 1982).

Rappelant en cela les propositions d'Alfred Marshall sur les externalités informationnelles et leurs effets limités aux agents localisés dans une même zone géographique, Grabher insiste par exemple sur le fait que les acteurs d'une communauté créative locale peuvent non seulement tirer profit de leur exposition continue au « *buzz* » ou au bruit ambiant - « *a conction of rumours, impressions, recommandations, trade folklore and strategic misinformation* », mais qu'en plus eux seuls peuvent le faire, sachant filtrer puis décoder l'information véritable (Grabher, 2002c: 209, 2002b: 1921). De fait, les multiples bénéfices retirés de la participation à ces communautés interprétatives locales (*local interpretative communities*), qui filtrent et interprètent le bruit ambiant en signaux intelligibles, sont ajoutés aux économies traditionnelles d'agglomération.

C'est ainsi qu'on retrouverait au sein des plus grandes villes, où se concentrent traditionnellement les ressources, la constitution de véritables complexes productifs territorialisés organisés autour de diverses activités créatrices conduites sur le territoire. Via des liens personnels et les réseaux d'entreprise, un studio cinématographique, par exemple, pourra entretenir des relations interactives et synergiques avec un ensemble de services créatifs et d'industries créatives connexes : télévision, entreprises de publicité ou de promotion, de design, des artistes... Ces complexes productifs favoriseraient autant l'ancrage, que les capacités innovantes des firmes (en particulier : Scott, 2000; 2005).

Les dynamiques intercommunautaires de la ville productive

Pour certains auteurs, il ne s'agirait toutefois pas tant de cerner un système territorialisé de production et d'innovation que de rendre compte d'un espace spécifique d'organisation socio-économique, où les interactions, si elles sont importantes, sont potentiellement moins systématiques et cohérentes que dans les formes d'organisation traditionnellement pointées par l'économie géographique. À partir des résultats d'une enquête qualitative longitudinale conduite auprès du personnel cadre d'agences publicitaires localisées au centre de Londres, Gernot Grabher (2002c) propose ainsi la notion d'« écologie de projet » pour analyser la construction et la mise en mouvement de différentes communautés productives locales, à partir et autour du projet, ainsi que la capacité des firmes à lier ces communautés. L'idée première est que la durée limitée des projets et l'économie de recombinaison qui prévaut empêchent l'imposition d'une vue hégémonique sur la conduite de ces projets (une cohérence organisationnelle comme une homogénéité cognitive) et favorisent en bout de ligne, par la confrontation entre façons de voir concurrentes, la créativité, l'innovation et l'évolution des organisations.

Ces propositions sont relayées par les théories sociologiques de l'innovation qui font valoir l'importance des liens tissés avec l'extérieur des communautés organisées ou instituées pour expliquer l'occurrence d'une pratique créatrice et innovante. L'hypothèse veut que la confrontation avec des personnes aux valeurs et aux attitudes différentes favorise le « choc des idées », constituant par le fait même une opportunité sérieuse de créativité et d'innovation. Aussi, ce sont les rencontres accidentelles de face à face et l'activation de « liens sociaux faibles », autant sinon plus que des « liens forts »⁸⁸, qui apparaissent aux sources premières de la créativité ou de l'inventivité, puis de l'innovation. Ces constats, réalisés par le sociologue américain Mark Granovetter dès le début des années 1970 (Granovetter, 1973, 1985), ont trouvé leur application dans l'entreprise, pour ensuite renouveler la réflexion sur l'agglomération de l'activité économique.

Dans la perspective d'analyse ouverte par Granovetter, la caractérisation de l'« économie de l'agglomération » ne peut en effet se réduire à une « atmosphère industrielle » propice à la diffusion de savoir-faire et de technologies de nature spécialisée ou spécifique au secteur (ou à la branche productive). La performance territoriale, au sens d'une capacité collective à innover, résiderait au moins autant dans la capacité d'établir des relations variables et temporaires avec des partenaires multiples et hétérogènes. Les échanges anticonformistes et la diffusion d'idée en rupture bénéficieraient au premier chef de ces liens physiques ou de face à face (Suire, 2004, 2007). Les zones urbaines les plus densifiées sont donc là encore pressenties comme l'endroit idéal à l'épanouissement des processus sociaux ou collectifs d'innovation-créative, puisqu'elles offrent non seulement de multiples occasions de contacts, d'interactions et de circulation d'information entre intervenants économiques hétérogènes, mais en plus une contiguïté spatiale qui favoriserait la proximité sociale ou relationnelle (Storper et Venables, 2002, 2004).

L'idée n'est pas si nouvelle. Dès les années 1960, Jane Jacobs met en évidence le rôle des externalités intersectorielles pour le développement économique et avance l'hypothèse d'une dynamique vertueuse de croissance liant la capacité à innover et un environnement local ouvert et créatif (Jacobs, 1969). Depuis, un ensemble de travaux théoriques et empiriques

⁸⁸ Suivant la distinction établie par Granovetter (1973), les liens forts renvoient aux liens tissés au sein d'un groupe social homogène et cohérent (une famille, les amis, une ethnie...) et définissent l'identité de ces groupes. Les liens faibles représentent les liens entre les groupes et sont le plus souvent la conséquence de rencontres nouvelles. Ils permettent à l'information de circuler dans un réseau social plus vaste et sont par conséquent les plus aptes à apporter des informations non disponibles dans le cercle restreint des individus.

cherche explicitement à intégrer ces propositions⁸⁹. Puisant ouvertement à même ces références, Florida invite à son tour à voir dans une certaine diversité de la base économique des villes, mais aussi une certaine diversité de leurs milieux socioculturels une ressource apte à fonder l'avantage concurrentiel des territoires : « *living in an open and diverse environment helps to make talented and creative people even more productive* » (Florida et Gertler, 2003: 11). Il insiste dans ses écrits ultérieurs sur le lien entre densité urbaine, créativité et innovation; la présence d'un vaste bassin de ressources créatives sur le territoire étant selon lui garante de la dynamique territoriale d'innovation qui s'y déploie (Knudsen *et al.*, 2007). Le cas de Montréal le démontrerait par excellence, alors que « *high levels of density and creative-class employment create conditions under which innovations generated by the interactions between individuals are more likely to occur* ». (Stolarick et Florida, 2006).

Cohendet et Simon (2007; 2008) arrivent à de semblables conclusions sur le type et la nature des proximités pertinentes à la créativité innovante. Réalisée dans le cadre de la thèse doctorale de Simon (2002), une étude de cas à saveur ethnographique portant sur une multinationale du jeu vidéo implantée à Montréal fournit le cadre empirique de la réflexion. Cherchant à suivre la trace des processus créatifs de ce studio de développement au nom fictif de VCG, Cohendet et Simon s'inspirent des travaux de Gernot Grabher et s'appuient explicitement sur ceux de Richard Florida pour étendre leur analyse aux capacités externes de l'entreprise. Dans cette perspective d'analyse, l'encastrement relationnel de VCG est souligné. Plus exactement, les propos recueillis auprès d'un certain nombre d'employés de VCG laisseraient entendre qu'une forte proportion de ces travailleurs (« *most* ») participe activement à la vie artistique et culturelle montréalaise, soit comme acteur direct soit comme observateur de ses manifestations. C'est ainsi que Cohendet et Simon s'autorisent à conclure: « *local creative communities directly or indirectly influence the creative process of videogame production at VCG* » (Cohendet et Simon, 2007: 592).

Il mérite de préciser immédiatement que, tel qu'exposés dans ces deux articles (Cohendet et Simon, 2007; Cohendet et Simon, 2008), les résultats du travail ethnographique mené chez VCG nous en apprennent toutefois peu sur la manière dont se jouent au quotidien ces

⁸⁹ Pour une recension critique récente des écrits, voir : Beaudry et Schiffauerova, « Who's right, Marshall or Jacobs? The localization versus urbanization debate », *Research Policy* : 38 (2009), pp. 318-337.

phénomènes, la façon dont, concrètement, les travailleurs montréalais de l'industrie du jeu vidéo puisent à même l'énergie créative de Montréal et ses ressources culturelles pour alimenter leur créativité et nourrir leur inspiration. Déjà, s'il faut en croire la liste vite énumérée des activités et des sorties culturelles qu'aurait dit pratiquer tel ou tel employé de VCG (« *urban arts, electronic music scene, computer enthusiast, theatrical improvisation league...* »), les synergies heureuses entre l'univers marchand des jeux vidéo et les diverses communautés créatrices de Montréal semblent issues d'interactions et d'échanges prenant place dans un espace relativement limité et circonscrit, excluant notamment du périmètre de la ville créative la « culture cultivée » des grands équipements culturels urbains (musée, opéra, ballet...).

À ma connaissance, aucune étude n'a cherché à évaluer avec précision l'univers des pratiques culturelles et de sociabilité des professionnels dits créatifs en lien avec leur activité de travail. Néanmoins, ces propositions sur l'importance des circulations culturelles entre différentes communautés créatrices locales dans la détermination des capacités innovantes des entreprises suscitent un engouement certain, particulièrement auprès des jeunes chercheurs (Chantelot, 2004; Suire, 2004; Schlink, 2006; Suire, 2007). En accord avec les thèses de la ville créative, ceux-ci n'hésitent d'ailleurs pas à hisser aux enjeux de toute politique de compétitivité territoriale la multiplication des lieux de sociabilité de proximité, en particulier les lieux de diffusion de cultures marginales, pour « *stimuler les espaces relationnels ainsi que les frontières sociales* » (Suire, 2007).

Il faut dire que l'attention portée par les géographes et sociologues économiques aux interactions non marchandes dans la constitution des réseaux socio-productifs a tôt fait de mettre en relief le rôle-clé joué dans ces dynamiques par les cadres physiques de la sociabilité urbaine. À partir de l'idée selon laquelle les échanges en face-à-face constituent, sinon une nécessité, du moins un avantage certain pour la circulation des savoirs, en particulier des savoirs tacites ou non-codifiés, les lieux de la sociabilité publics et parapublics dans la ville (parcs, restaurants, bars, cafés, musées, centres culturels, galeries d'art, etc.) sont présumés agir comme autant de « condensateurs sociaux » (Manzagol, Robitaille et Roy, 2000: 209) influençant de manière positive la façon dont les individus et les groupes sociaux interagissent entre eux. Ces idées sont formulées dès les premières analyses spatialisées du secteur du « multimédia » ou des « nouveaux médias », pour devenir un thème récurrent dans ce champ d'études (Leadbetter, 2000; Pratt, 2000; Grabher, 2001, etc.). En 2000, le géographe anglais Andy C. Pratt concluait ainsi de ses recherches sur les logiques d'agglomération des entreprises du domaine « *characteristically, new media spaces*

overlapped with other cultural milieu, and other production milieu (advertising, music or old media) ». (Pratt, 2000: 434).

L'explication par le marché du travail

À la question des systèmes relationnels urbains comme ressort de l'activité créatrice et de son ancrage territorial, répond en miroir la question de la mobilité du travail qualifié sur le bassin métropolitain d'emploi. L'hypothèse « pragmatique » veut que la demande croissante de compétences pour développer les potentiels esthétiques des nouvelles technologies (web design, effets spéciaux au cinéma, environnements immersifs des jeux vidéo, etc.) incite les entreprises à rechercher des « C.V. artistes », à tout le moins une main-d'œuvre qualifiée qui possède des compétences artistiques ou culturelles. Aussi, pour les demandeurs de force de travail, la qualité du marché local du travail deviendrait un facteur premier de localisation interurbaine; la présence d'une forte concentration d'artistes signifiant un accès facilité à la main-d'œuvre spécialisée dont ils ont besoin. De manière symétrique, pour les « offreurs de force de travail », l'élargissement et l'essor des activités industrielles et tertiaires à forte composante culturelle constitueraient une opportunité pour les artistes de « convertir » leurs compétences créatives en des emplois rémunérés (Markusen et Schrock, 2006: 1664 et 1683). Les entreprises du multimédia ou des nouveaux médias miseraient d'ailleurs sur les basses attentes salariales de ces artistes, prêts à échanger salaire et sécurité d'emploi — parmi d'autres concessions plus idéologiques — pour la possibilité d'occuper un travail créatif et de vivre dans un environnement « funky » (Lloyd, 2002: 527, 2006: 211 à 218).

Les travaux d'Allen J. Scott sur l'économie culturelle des villes appuient globalement ces analyses, réitérant de manière générale l'idée selon laquelle les marchés locaux du travail de création forment une sorte de couple fonctionnel et spatial avec les réseaux de production culturelle et médiatique, dès lors que l'agglomération de firmes spécialisées mais complémentaires, ainsi que leur mise en réseaux, se traduit par une offre non négligeable d'emploi et de revenus pour les artistes professionnels locaux (Scott, 1998; 2000). Dyer-Witford et Sharman (2005), ainsi que Pilon (2007) proposent une lecture similaire, à partir du cas spécifique de l'industrie canadienne et montréalaise du jeu vidéo. De manière courante, on suggère (plus qu'on démontre) que « *creative workers – whether in design or other creative fields – contribute to the competitiveness and economic performance of firms and regions by applying their talents in a wide range of sectors* » (Vinodrai et Gertler, 2006: 10). Suivant ces analyses, les artistes locaux, en tant que fournisseurs de services spécialisés, complèteraient donc avantageusement l'« offre territoriale » à destination des

entreprises en offrant une palette de compétences transversales à plusieurs secteurs d'activités.

Ces analyses fondées sur l'appariement de l'offre et de la demande de travail « créatif » sur un vaste marché multisectoriel du travail de création sont reprises par un ensemble de travaux qui développent la réflexion à partir d'une interrogation sur les processus spatialisés de l'innovation créative. Dans cette perspective, l'espace « local » n'apparaît plus seulement comme le point de rencontre des travailleurs et des employeurs (accès à des zones d'emplois pour les uns, accès à des bassins de compétences pour les autres), mais est posé comme ayant à des degrés divers un impact sur les activités économiques et la dynamique d'innovation qui s'y déploient. À partir de l'idée selon laquelle les mouvements de personnels impliquent, par leur fait même, la circulation de l'information et le transfert des savoirs et savoir-faire (entre les entreprises, les centres de recherche, les secteurs d'activités et/ou les territoires), on défend l'hypothèse de processus d'apprentissage collectif procédant en particulier de la mobilité du travail qualifié. Ainsi, le travail par projet, mais aussi le développement de l'externalisation et de la sous-traitance, contribueraient à mettre en place une logique de répartition croisée des compétences entre les entreprises et les secteurs d'activités (*training spillover effect*), et participeraient au-delà des mécanismes de la création et de la diffusion des idées nouvelles sur le bassin local d'emploi.

Depuis la célèbre analyse comparative de la Silicon Valley et de la « route 128 » à Boston par la géographe américaine Anna Lee Saxenian (1994), ces idées se retrouvent chez un certain nombre d'auteurs, dont Céline Hendrickx-Candéla (2001). Sur la base de plusieurs études empiriques, Hendrickx-Candéla conclue que l'intensité de la mobilité professionnelle inter-firmes favorise la circulation de l'information et le transfert des connaissances, constituant par le fait même un vecteur important de l'innovation. Power et Lundmark (2004) utilisent pour leur part cet argument pour se poser ouvertement contre les analyses cherchant dans « l'air de la ville » la source des capacités innovantes des personnes et des entreprises. Pour ces auteurs, c'est en effet bien plus la mobilité de la main-d'œuvre que l'exposition au « bruit ambiant », les rencontres accidentelles de face-à-face ou l'« atmosphère industrielle » qui mérite l'attention. Une première raison à cela: entre la vie au travail et les obligations professionnelles, la vie à la maison et les obligations familiales, il reste bien peu de temps pour les rencontres fortuites et incongrues ou autres aléas heureux de la vie urbaine (Power et Lundmark, 2004).

Mais c'est également Richard Florida et ses collègues qui, plus récemment, se préoccupent des effets de la mobilité du travail qualifié pour défendre l'hypothèse d'interactions productives et spatiales entre la haute technologie, le design et les arts (Stolarick et Florida, 2006). À partir de l'idée selon laquelle un marché local du travail riche en « capital créatif » augmente d'autant les possibilités de diffusion de l'innovation d'une industrie, voire d'un secteur industriel à l'autre, ils suggèrent à titre d'hypothèse : « *in addition to the typical (firm-to firm) spillovers, additional value is perceived to be generated by further reaching "spillacross" facilitated by a diverse creative milieu* » (Stolarick et Florida, 2006: 1807). Les résultats d'une étude conduite à Montréal leur donneraient raison:

The interviews yielded countless examples of companies (small and large, but mainly smaller) using outside, independent, design firms and independent workers of all type [...] For instance, the game designer A2M, hires local artists, both visual and musical, to help develop its software. (Stolarick et Florida, 2006: 1808).

Cette hypothèse d'un vaste marché indifférencié du travail de création dont tirait profit l'industrie technocréative trouve à Montréal un point d'appui supplémentaire dans des travaux antérieurs menés par Diane-Gabrielle Tremblay (2003a, 2003b). Aux fins d'une enquête de terrain portant sur les carrières qui émergent dans les nouveaux secteurs économiques du multimédia, Tremblay recourt aux éléments théoriques du courant des « carrières nomades » (Arthur et Rousseau, 1996) ou « sans frontière » (Cadin *et al.*, 2000) pour établir une typologie des travailleurs en cinq catégories : (1) les sédentaires (correspondant au modèle des organisations classiques) ; (2) les migrants (qui sont restés dans la même entreprise mais ont vécu des changements d'environnement ou de métier) ; (3) les itinérants (qui connaissent une mobilité inter-entreprises mais restent dans une logique de métier) ; (4) les frontaliers (qui naviguent entre l'organisation et le marché, entre le statut de salarié et celui d'indépendant) ; (5) les nomades (qui s'affranchissent quasi totalement des frontières organisationnelles). La typologie est mise à l'épreuve au moyen d'une enquête qualitative. Au total, une soixantaine d'entretiens, dont douze effectués avec des employeurs ou gestionnaires, ont été réalisés dans 18 entreprises (surtout des PME), majoritairement localisées dans la Cité du multimédia à Montréal.

Il faut préciser que, au tournant des années 2000, la plupart des travaux de recherches conduits dans des entreprises intensives en technologies, intensives en connaissance ou dans le domaine de la création (services informatiques, multimédia, publicité, services aux entreprises, jeux et films, maintenance électronique, services financiers, etc.) milite en faveur d'un rejet du concept de la carrière « classique » (c.-à-d. une carrière hiérarchique ascendante, fondée sur l'organisation) au profit d'une approche en termes de nomadisme

(pour exemples: Saxenian, 1994 (industries du logiciel); Jones, 1996 (industries cinématographiques); Eaton et Bailyn, 1999 (biotechnologies); Jones et Lichtenstein, 2000 (firmes d'architecture); Christopherson, 2002 (nouveaux médias). En accord avec les observations conduites par les théoriciens des carrières nomades, le cadre organisationnel de la production dans ces secteurs, qui met l'accent sur le projet et le travail flexible, irait effectivement de pair avec des carrières relativement fragmentées, marquées par des mobilités à la fois internes et externes ou intersectorielles⁹⁰. Dans sa version la plus positive, ce nomadisme qui s'observe sur les marchés du travail serait au moins autant volontaire que contraint, puisqu'il répondrait à de nouvelles valeurs sociétales se reflétant dans la sphère professionnelle, entre autres, par un désir d'autonomie au travail, la volonté de s'affranchir des contraintes organisationnelles, la recherche constante de nouveaux apprentissages et de défis.

Les résultats de l'enquête menée par Diane-Gabrielle Tremblay à Montréal iraient globalement en ce sens. Selon Tremblay, les travailleurs du multimédia sont majoritairement peu attachés aux organisations (aucun des enquêtés n'aurait fait carrière dans une seule organisation), rarement syndiqués, et se déplacent avec leur portefeuille de compétences d'un projet à l'autre, voir d'une industrie à l'autre (cinéma, musique, informatique...), construisant ainsi leur carrière à partir des expériences et des réseaux professionnels qu'ils capitalisent (Tremblay, 2003a). La généralisation de tels parcours en emploi, qui impliquent des détours par d'autres métiers, une reconversion radicale ou un passage par le travail autonome, situerait ces travailleurs dans les trois derniers types de travailleurs préalablement identifiés et, essentiellement, dans celui des nomades : « *en tous cas, aucun d'entre eux ne pourrait être qualifié de sédentaire !* » (Tremblay, 2003b: 171). Reprenant aux théoriciens des carrières nomades la notion d' « innovation par pollinisation », la chercheuse mène à conclure, tout comme eux, à des effets positifs générés par les mouvements interfirmes de la main-d'œuvre qualifiée : « *la circulation des idées et des personnes active l'innovation à l'instar de l'insecte qui butine de fleur en fleur* » (Cadin et al., 2000; cités dans Tremblay, 2003a).

Tels qu'exposés dans deux articles (Tremblay 2003a; 2003b), ces résultats restent cependant extrêmement sommaires. Rien n'est dit, par exemple, sur ce qu'englobe

⁹⁰ Susan Christopherson (2002) relève par exemple que, aux États-Unis, près de la moitié des travailleurs des nouveaux médias sont employés à temps partiel, sur une base temporaire ou comme travailleur autonome.

exactement le secteur du « multimédia » et on apprend finalement peu de choses sur les parcours différenciés des travailleurs enquêtés (différences de génération ? Différences de formation initiale ? Différences dans les contextes organisationnels de l'activité ? Différences dans les trajectoires de mobilité à la fois internes et externes?). Cela est d'autant plus ennuyeux que les extraits d'entretiens cités en appui au rejet du concept de la carrière classique ne collent pas toujours au modèle du nomadisme volontaire. En fait, plusieurs personnes interrogées semblent même à la recherche d'une certaine stabilité/sécurité (les termes reviennent souvent dans leurs discours)⁹¹, tandis que des travailleurs qualifiés de « nomades » doivent leur classement à une période d'instabilité professionnelle au moment de l'insertion sur le marché du travail (ils feront des « petits boulots » avant de décider d'une orientation professionnelle définitive) ou, encore, à un statut de contractuel, dont rien ne dit qu'il est véritablement « voulu ».

Si la question soulevée semble pertinente (la pollinisation croisée de l'innovation par la mobilité sur les marchés du travail), on a le sentiment en définitive de rester au niveau d'un discours très général et assez convenu sur l'autonomie au travail et la volonté de s'affranchir des contraintes organisationnelles. On peut en particulier s'interroger sur la question des rapports de force existant entre le professionnel et l'organisation en fonction des conjonctures d'un marché du travail soumis à des chocs conjoncturels violents (la débâcle des « sociétés technos », les récessions économiques...), un élément absent du modèle théorique sur lequel s'appuie Tremblay. Dans tous les cas, la thèse d'une flexibilisation généralisée et d'une « hyper-mobilité horizontale » sur les marchés métropolitains du travail mérite d'être confrontée aux expériences vécues des travailleurs et de catégories de travailleurs mieux spécifiées. D'autant plus que l'émergence de la « classe créative » dépeinte par Richard Florida semble étroitement liée à ces mutations du marché du travail; l'hyper-mobilité entre les organisations pouvant déboucher, en toute logique, sur des actifs qui, comme le soutient Florida, s'identifient moins à leur employeur qu'à leur activité (professionnelle ou non).

⁹¹ Ainsi, Tremblay cite à titre d'exemple ce jeune homme de 22 ans qui, après avoir travaillé dans le secteur de la construction (il n'a pas aimé ça « du tout »), a tenté sa chance dans le milieu artistique (« c'était trop difficile de percer »), pour finalement réorienter sa carrière dans le domaine de l'informatique (avec une femme et un enfant à charge, il avait besoin « de plus de sécurité et de plus de stabilité »).

Des effets de lieu. Créativité individuelle et vie culturelle urbaine

En contrepoint d'une géographie économique focalisée sur les cadres organisationnels de l'innovation et/ou faisant la part belle aux hypothèses relationnelles pour disséquer l'anatomie de la ville créative, un certain nombre de travaux insistent sur la dimension individuelle du processus créatif et l'expérience même de l'espace urbain, dans ses dimensions matérielles et sensibles (immatérielles et idéelles). La prise de position est à cet égard symptomatique d'un débat qui anime la géographie ces dernières années et est plus spécifiquement révélatrice de l'influence manifeste du courant culturel sur la géographie économique depuis le milieu des années 1990. On retrouve en effet ici les éléments de la posture paradigmatique d'une certaine géographie dite culturelle — d'inspiration phénoménologique, qualitative et sensitive — constituée en réaction et de manière concurrente à une géographie économique et une géographie sociale accusées de réduire l'homme à un sujet, justement, économique et social⁹².

Sans qu'il s'agisse de reconduire la croyance romantique dans le mythe du créateur démiurge et solitaire, le postulat de départ veut que les gens à l'esprit créateur, à travers leur expérience individuelle de la vie artistique et culturelle urbaine, puisent à même les événements et les paysages, les scènes et les ambiances de rue, pour nourrir leur travail de création ou leur inventivité. Dans cette perspective:

Local art is a factor of production [...] Every designer's hand [...] draws from the surrounding currents of popular and esoteric arts and modes of expression — verbal, literate and plastic — that makes up everyday life. These interpenetrations of daily rounds and high culture, ways of life and circulating beliefs, are raw materials of what can come from place (Molotch, 1996: 225).

La localisation dans une ville culturellement riche et diversifiée offrirait plus exactement deux grands types d'« avantages productifs » pour le créateur en quête d'inspiration: non seulement celui-ci est-il exposé, de fait, aux formes les plus variées de l'innovation (artistique, esthétique, technologique), il lui est également permis de prendre le pouls des dernières tendances, voire de flairer celles en émergence (Drake, 2003: 519-520). L'argument est repris par Richard Florida, pour soutenir l'idée de convergences instigatrices d'innovation là où la présence des arts marque le territoire (Florida, 2002c: 182-187). Il est plus systématiquement défendu par les chercheurs du Manchester Institute for Popular

⁹² Pour les termes de ce débat, voir notamment le numéro thématique de Géographie et cultures, « Économie et culture. Nouveaux enjeux géographiques », no 49, 2004.

Culture (Wynne, O'Connor, Banks, parmi d'autres). Dans un remarquable tour d'horizon des recherches portant sur le thème des industries créatives, le directeur de cet Institut, Justin O'Connor, ne manque pas de souligner:

Research suggested that freelancers and micro businesses [...] often began as part of a localised "scene", they were "active consumers", "near to the street", and this gave them an insider's knowledge of the volatile and localised logic of cultural consumption – potentially a highly valued and essential skill. (O'Connor, 2007: 39).

Dans cette perspective, la ville est posée comme un vaste réceptacle où s'accumule un « stock » de ressources culturelles et intellectuelles, accessibles et mobilisables. Ce stock se présente sous une forme matérielle (bibliothèque, musée, artefacts : etc.), sous une forme immatérielle (exposition temporaire, colloque, etc.), sous une forme plus institutionnelle (université, centre de recherche, etc.) ou, encore, sous la forme socialisée des milieux artistiques et intellectuels qu'elle abrite ou accueille. À cela s'ajoutent les ressources « sensibles » de la ville, alors que celle-ci archive, en elle-même, des formes esthétiques, des idéalités, des qualités symboliques, appréciables autant dans ses formes de vie que dans ses événements culturels et architecturaux (Nicolas-LeStrat, 1998: 128-129).

Si Richard Florida emprunte à ces idées pour penser les territoires de l'économie créative (Florida, 2002c: 182-187, 2005a: 11-14), l'étude empirique la plus poussée sur cette question est peut-être celle d'un géographe anglais, Graham Drake (Drake, 2003). Cette étude porte sur les liens entre, d'une part, les attributs de la localité d'implantation d'entreprises communément associées aux industries créatives et, d'autre part, la créativité artistique des personnes qui y travaillent. La démarche d'analyse repose sur l'exploitation partielle d'une enquête qualitative par entretiens, menée auprès d'une trentaine de dirigeants de petites et moyennes entreprises, localisés en trois villes d'Angleterre (Londres, Birmingham et Sheffield). Les répondants œuvrent au moment de l'enquête dans deux secteurs distincts d'activité : l'orfèvrerie (*craft metalwork*), d'une part, et le design numérique (*digital design*), de l'autre, ce dernier secteur incluant des entreprises spécialisées en conception d'interface graphique ou visuelle pour les jeux vidéo sur ordinateur, la conception de site web, et les services d'impression numérique. Le choix de cibler ces deux sous-secteurs d'activité est justifié par l'hétérogénéité des activités économiques qu'englobe le vocable d'industries créatives et la nécessité corollaire d'études empiriques sectorielles plus fines pour valider le concept.

De prime abord, Drake situe le débat sur les logiques spatiales des industries créatives à un niveau analytique: l'étude se veut explicitement un contrepoids aux approches en termes de

« communauté productive locale » qui, selon le chercheur, dominant le champ de la recherche au point d'occulter des aspects significatifs du phénomène sociogéographique étudié. Plus exactement, Drake reconnaît à ces approches le mérite d'avoir pointé les effets de réseaux sur l'apprentissage, la créativité et l'innovation (les travaux d'Allen J. Scott et ceux de Gernot Grabher sont cités à titre exemplaire). L'analyse de ses propres données d'enquête le conduit toutefois à dégager trois autres types de ressources territoriales, tournées en autant d' « actifs spécifiques » par les artistes et autres créateurs locaux:

1/ Le lieu géographique de la production comme source de matière première et de stimulus visuels (*locality as visual raw materials and stimuli*). Dans les termes mêmes du chercheur, « *this resource may comprise specific prompts and signs in the local environment or it may be based on a wider interest in or enthusiasm for the local visual environment* »;

2/ Le dynamisme ou l'effervescence de la vie culturelle et urbaine (*locality-based intensive social and cultural activity*). Drake réfère cette fois au “*buzz, unpredictability or excitement of a locality*”, en précisant toutefois bien que l'intensité de l'animation locale peut nourrir l'inspiration créatrice indépendamment de l'existence d'un *cluster* d'entreprises créatives et du degré d'interdépendance ou d'interaction de face à face avec d'autres créateurs artistiques;

3/ L'image de marque du lieu, ancrée dans une tradition artistique et fondée sur la réputation d'un savoir-faire local (*locality as a brand based on reputation and tradition*). Ce dernier type de ressource/actif doit être compris de manière séquentielle : si l'image et l'identité culturelle du site même de la production sont susceptibles d'être commercialisées sous forme de sur-value aux produits, les récits qui imprègnent l'histoire locale, aussi bien que les traditions et savoirs-faires qui s'y sont développés, peuvent, en amont, constituer une source d'inspiration et d'émulation créatrices.

L'étude comparée de deux sous-secteurs d'activités force le chercheur à relativiser ses conclusions : des liens relativement plus ténus au lieu géographique de la production s'observent chez les créateurs industriels du numérique. Drake explique ce résultat par un certain déterminisme technologique, dont les impacts se mesurent à deux niveaux. D'une part, l'impératif d'innovation formelle et les rapides changements technologiques qui gouvernent le secteur s'opposeraient à la valorisation positive des traditions et des réputations qui façonnent les identités locales (Drake, 2003: 521). D'autre part, l'accessibilité et la familiarisation avec les technologies de l'information et de la communication conduiraient ces travailleurs à adopter et à privilégier des solutions techniques pour

alimenter le processus créatif. Aussi, les sources d'information et d'inspiration sont préférablement cherchées dans des « flux déterritorialisés » de contenu et d'expression, grâce à l'usage d'Internet, au cinéma et à la télévision (Drake, 2003: 522).

Mais si les créateurs du numérique semblent moins enclins que d'autres à voir dans les identités culturelles du lieu une ressource à la production, ces derniers affirmeraient néanmoins bénéficier du fait d'être immergés dans le bouillonnement de la vie urbaine et culturelle. Cela mène le chercheur à conclure en dernière analyse que la créativité peut être stimulée non seulement à travers les échanges sociaux, mais également par le lieu géographique même de la production, ses spécificités effectives comme la perception de sa singularité paysagère et identitaire.

Eu égard à l'objet d'étude, la posture défendue par Drake présente de fortes accointances épistémologiques et méthodologiques avec les travaux d'au moins un autre géographe, une consœur allemande, Ilse Helbrecht (Helbrecht, 1998, 2004). Helbrecht déplore elle aussi l'attention trop exclusive portée aux dimensions collectives ou sociales des processus de création et d'innovation dans l'explication des schémas de répartition spatiale des entreprises créatives. Forte des résultats d'une étude qualitative menée à Vancouver et à Munich sur différents sous-secteurs d'activités du design (publicité, design graphique, design de mode, design d'intérieur), la chercheuse défend la pertinence d'une conception « non-représentationnelle » de la ville (Helbrecht, 2004), qu'elle semble situer à mi-chemin entre une optique réaliste/empirique et une optique phénoménologique. Il s'agit en effet pour Helbrecht de faire une large place à l'analyse de la relation sensible, émotionnelle ou esthétique suscitée par les espaces concrets de vie et de travail, à travers la prise en compte de la saisie expérientielle, personnelle et subjective de la structure matérielle ou physique de ces espaces.

L'approche se veut ici essentiellement paysagère et fait large place à une lecture de l'environnement urbain en termes d'ambiances, soulignant les dimensions esthétiques et symboliques des espaces. Si Helbrecht, comme d'autres, ne manque pas de relever l'exploitation stratégique par les entrepreneurs du prestige statuaire conféré par une adresse de localisation (un bâtiment, un quartier, une ville...) empreinte d'une « ambiance créative », cette ambiance serait également susceptible d'être capitalisée, en soi, comme ressource à la créativité :

It appears like creative services thrive on the dynamic energy of the neighbourhoods they are located in. The interviewees find it stimulating (not inspiring!) to be in a

particular urban environment, that provides for a general level of energy, a pulse, as well as visual and social stimulation. Creative service employers and employees are intrigued by those neighbourhoods who “feel good” because they feel they can charge their creative batteries (Helbrecht, 2004: 10).

Se référant explicitement aux travaux de Helbrecht, Thomas Hutton (2006) étayera plus récemment la pertinence de prendre en compte, en plus du cadre physico-spatial des activités économiques, l'apparence et le ressenti de l'environnement productif (« *the “look and feel” of the building, the “look and feel” of the neighbourhood, and the “look and feel” of city* »), pour comprendre la formation des grappes d'entreprises technocréatives (design et multimédia) qui fleurissent depuis ces quinze dernières années au cœur d'anciens quartiers industriels urbains.

Hutton appuie ses conclusions sur l'analyse comparative d'études de cas qu'il a conduites sur la transformation du tissu industriel urbain dans certains quartiers des villes de Londres, Singapore, San Francisco et Vancouver. Si la récurrence de mêmes patrons de localisation ressort à l'analyse, une approche qualitative lui permet en outre de mettre en évidence des similitudes dans la perception des types d'espaces – physiques et sociaux – qui sont valorisés. En accord avec les propositions de Helbrecht, Hutton avance que certains types de bâtiments (industriels patrimoniaux), certains types de sites d'implantation (caractérisés par une mixité des usages) et certains espaces au centre de l'agglomération urbaine (les quartiers anciens désertés par l'industrie traditionnelle) sont plus à même que d'autres d'exercer un attrait auprès des entrepreneurs et des travailleurs des nouveaux secteurs industriels de la techno-crédation.

Ces questions relatives à un « sens du lieu », à une certaine manière d' « habiter » l'espace en lien avec la conduite ou le maintien d'une activité créatrice et innovante demeurent très peu explorées par les travaux portant sur la géographie des industries créatives. Pourtant, les recherches existantes font état de résultats remarquablement congruents, alors que la qualification positive de l'environnement de travail, y compris du site géographique de la production, renvoie le plus souvent à un même éventail d'attributs : ce que les « créatifs » de la High Tech recherchent

[...] c'est une ambiance spécifique, généralement caractérisée comme « cool », un lieu à la fois central et à l'image de l'aspect avant-gardiste de leur activité. En bref, une scène où se mêlent activités de consommation et de production culturelles, disposant des atouts de la centralité et de la parure de la marginalité (Ambrosino, 2008: 16).

Ces attributs reconnus au site de production lui confèrent une identité distincte, recherchée pour elle-même, et qui démarque le site d'autres sites localisés à l'intérieur du noyau urbain

et par rapport à l'ensemble de l'agglomération (Hutton, 2006). Lors d'une entrevue donnée à la presse à l'occasion de la parution de *The Rise of The Creative Class*, Richard Florida soutenait lui-même :

People in the creative class [...] we're all increasingly heading for that energy, for that feeling, for that atmosphere, and we're willing to pay. So fewer people are willing to compromise. We're saying, "OK, we want to have a thriving career and a good life, but we want to be in a place that really gets it, that's really with it". I hear that over and over and over again. » (cité dans : Dreher, 2002).

Des effets de culture. Style de vie et préférence résidentielle

Enfin, un troisième champ d'analyse qui s'est développé à la faveur d'une prise en compte du rôle potentiellement positif joué par l'offre culturelle des territoires en contexte d'« économie créative » délaisse une approche en termes d'économie productive pour privilégier la seconde grande approche de la science régionale, à savoir l'économie résidentielle. Est ici mobilisé le paradigme de l'attractivité résidentielle et son double, l'attractivité culturelle, des loisirs et du cadre de vie pour les couches sociales « stratégiques ». Il ne s'agit plus de penser le lien entre créativité et territoire urbain sur la base d'une logique de développement endogène, mais de qualifier la créativité comme une aptitude individuelle, une ressource rare que se disputent les villes. Dans cette perspective, les goûts et les habitudes en matière de consommation culturelle (les formes sociales de différenciation qui y sont liées) constituent un principe auquel on se réfère pour concevoir et promouvoir la ville comme emplacement porteur d'avenir et évaluer sa position concurrentielle dans le cadre de la compétition interurbaine et internationale.

La culture sert depuis longtemps des stratégies de régénération urbaine axées sur le tourisme et la consommation, au point qu'il est un lieu commun des sciences sociales d'associer le thème de l'attractivité territoriale et celui de l'offre culturelle des centres urbains. Informée par les théories sociologiques qui posent comme donnée essentielle de la postmodernité la naissance d'une société de consommation exacerbée, une abondante littérature en géographie culturelle et en sociologie urbaine documente la ville comme espace de consommation et montre comment le développement de marchés culturels urbains « répond » aussi bien aux exigences des visiteurs, des touristes ou des simples citoyens, qu'aux besoins des travailleurs, des investisseurs ou des professionnels d'une économie qui se « servicialise » (Urry, 1995, 2001; Zukin, 1995; Hannigan, 1998; Lloyd, 2002; Clark, 2003; Silver, Clark et Rothfield, 2006).

La reprise de ces idées dans les travaux portant sur l'économie créative et ses territoires doit aussi, et surtout peut-être, aux théories du capital humain développées au cours des cinquante dernières années. En effet, depuis les travaux pionniers des années 1960, ces théories défendent — non sans mal, on l'a vu — l'existence d'une relation de cause à effet entre le savoir et le savoir-faire des travailleurs et la croissance économique. La recherche des facteurs explicatifs de la distribution spatiale des travailleurs qualifiés devient par conséquent un sujet premier de préoccupation. Or, dans l'exploration de ces facteurs, les théories du capital humain ont vite su mettre en valeur des variables relatives à la qualité de vie en général et aux éléments physiques du cadre de vie en particulier, y compris la présence d'aménités culturelles urbaines. Dès 1954, le géographe économique Edward L. Ullman attire l'attention sur l'importance de ces facteurs « softs » de localisation pour expliquer la croissance de la population aux États-Unis, ces facteurs surpassant même, selon lui, l'intérêt économique (Ullmann, 1954). Cinquante ans plus tard, la force attractive des aménités urbaines ne ferait plus de doute :

The future of most cities depends on their being desirable places for consumers to live [...] If cities are to remain strong, they must attract workers on the basis of quality of life as well as on the basis of higher wages » (Glaeser, Kolko et Saiz, 2001 : 22).

C'est ainsi que sont mobilisées des variables de nature extra-économique (liées aux aspects sociaux, culturels et politiques de la vie urbaine) dans l'explication des schémas de localisation des firmes et des travailleurs, mais aussi dans la construction discursive, la légitimation et la diffusion des « bonnes » politiques de développement économique (McCann, 2004). Les travaux de Richard Florida et le succès de la théorie du « capital créatif » auprès des décideurs publics fournissent une illustration probante de la manière dont le paradigme productif s'est ainsi vu progressivement doublé, prolongé ou relayé par le paradigme du cadre et du milieu de vie.

Je rappelle que, selon l'hypothèse structurante de cette théorie, les racines urbaines du « travail créatif » ne sont pas seulement voulues et produites par les dynamiques inhérentes à l'activité productive (à la sphère du travail), mais aussi et plus globalement par cet « éthos créatif », à l'origine d'un phénomène de fusion/confusion entre travail et hors travail : « *spurred on by the creative ethos, we blend work and lifestyle to construct our identities as creative people* » (Florida, 2002c : 13). Aussi, les choix de localisation de la main-d'œuvre recherchée seraient guidés par la possibilité de construire et de mettre en jeu de façon affirmative une identité valorisante d'individu « créatif », par l'intermédiaire d'un style de vie et par la consommation des signes d'un genre de vie « bohème » (Florida, 2002c : 166). Le

bohémianisme auquel réfère Florida doit dès lors se comprendre tout à la fois comme un mode de vie susceptible d'intéresser l'histoire des mœurs ou des arts et un milieu humain, entendu comme un espace déterminé par des limites géographiques précises (en d'autres termes, un « paysage socioculturel »). Dans cette perspective, les artistes résidants sont à la fois agents de la revalorisation symbolique, puis économique de quartiers urbains centraux délaissés par l'industrie traditionnelle.

Florida trouve la confirmation empirique de ses hypothèses dans l'évolution récente du quartier Wicker Park à Chicago, telle que documentée par Richard Lloyd (2002, 2006). À travers une étude ethnographique de cet ancien quartier populaire habité de longue date par une population d'artistes plus ou moins marginaux, Lloyd s'attache à décrire une nouvelle bohème urbaine (*neo-bohemia*) qui se serait développée avec l'ère « post industrielle » et manifesterait une demande particulière en termes d'esthétisme urbain⁹³. Cette nouvelle bohème urbaine — composée de travailleurs culturels faisant le plus souvent preuve d'une grande polyvalence professionnelle (ils sont tour à tour ou simultanément web designer, musicien, peintre, gérant d'établissement culturel...) — , servirait non seulement la revitalisation de friches industrielles produites par le départ des entreprises manufacturières, mais est aussi en partie liée à des effets de concentration d'entreprises technologiques (design et multimédia) et à un processus de renouvellement du peuplement et d'embourgeoisement du quartier. Dans les mots mêmes de l'auteur:

The concentration of young artists, along with the establishment of associated amenities including boutiques, performance venues, coffee shops and galleries transformed the image of the neighborhood from a space of postindustrial decay to a privileged site of urban culture. This in turn has abetted the development of new profit-generating practices (Lloyd, 2001, cité dans Florida: 2002a:232-233).

Référant à son tour aux travaux de Florida, Lloyd précise:

[...] cosmopolitanism and creativity are valuable attributes not only for avant-garde artists, but also for professionals in a global economy that increasingly valorizes the creativity of labor force participants (Beck, 2000; Florida, 2002b). The aestheticization of

⁹³ Conduite dans le cadre d'une recherche doctorale, cette étude repose sur une trentaine d'entrevues semi-dirigées menées auprès de la population locale (artistes, entrepreneurs culturels et autres « créatifs »). Des observations participatives ont également été conduites (bars, restaurants, galeries d'art, théâtre, etc.) et des entreprises œuvrant dans les secteurs associés à la nouvelle économie ont été visitées. Ces données primaires ont été étayées ou complétées par l'analyse de données sociaux-démographiques et le dépouillement d'articles de presse. L'élaboration du projet, l'enquête de terrain, le traitement et l'analyse des données se sont échelonnés de 1993 à 2001.

the economy described by Lash and Urry (1994) helps us to understand why many young professionals find the spatial practices of artists so attractive. (Lloyd, 2002: 530).

Un pan de la recherche urbaine insiste aujourd'hui sur ces aspects et voit dans l'évolution de la configuration spatiale des bassins de main-d'œuvre qualifiée et « créative » en faveur de certaines (grandes) villes avant tout une question de mode ou de style de vie : le « créatif » aime combiner travail et loisir dans des environnements urbains culturellement riches (Gertler, 2001; Kratke, 2004; Wojan, Lambert et McGranahan, 2007, etc.). Du point de vue de la consommation, la culture constituerait donc toujours un outil de différenciation/distinction, mais ses critères d'appréciation diffèrent. Comme le suggère Florida, la quête d'expériences inédites et l'attitude conséquente d'ouverture face à une diversité culturelle tous azimuts (tant ethnique qu'artistique) sont autant d'éléments caractéristiques, distincts et distinctifs, au pivot de la stratégie identitaire et statutaire : « *status and identity for these people come not so much from the goods they have, but from the experiences they have* ». (Florida, 2002: 170). Dit autrement, la volonté (la capacité) des individus à varier et diversifier leur goût et leur pratique, à s'approprier de nouveaux registres culturels, fonctionnerait comme source de distinction, sinon de classe, du moins de « soi à soi ».

Le parallélisme entre ces analyses et les théories sociologiques sur l'évolution des comportements culturels des « élites » socioprofessionnelles hautement qualifiées est frappant. Depuis une quinzaine d'années, en effet, de nombreuses enquêtes en sociologie de la culture, issues de contextes nationaux forts différents, contribuent à populariser l'hypothèse avancée par le sociologue américain Richard Peterson (1992) d'un fléchissement des hiérarchies au sein de la stratification sociale des goûts (Donnat, 1994; Bryson, 1996; Warde, Martens et Olsen, 1999; Garon et Santerre, 2004, etc.). Insistant sur l'éclectisme culturel (goûts et pratiques) dont font preuve les catégories socioprofessionnelles privilégiées, ces enquêtes autorisent à penser qu'au « snobisme intellectuel » (ou au purisme ascétique) des élites culturelles et intellectuelles traditionnelles s'oppose désormais « l'omnivorisme » des nouvelles élites, valorisant l'ouverture à la diversité et une attitude cosmopolite. Ce cosmopolitisme contemporain se distinguerait entre autres par « *une volonté de vivre l'expérience de la diversité culturelle dans le respect de son authenticité et de son intégrité, par opposition à l'homogénéisation culturelle qui réduit les différences à un plus petit dénominateur commun* » (Fridman et Ollivier, 2004b: 108, en référence à Bruckner, 1994).

La nouvelle élite créative pointée dans les travaux de géographie économique participerait de ce fait pleinement d'une « nouvelle classe moyenne urbaine » (Ley, 1996), évoquée par nombre d'analyses pour son double rôle de producteur et de consommateur de la ville — et de porte-parole du nouvel art de vivre en ville. On reproche toutefois aux analystes de cette classe moyenne, à Sharon Zukin en particulier, de surestimer la correspondance entre ce groupe et les nouveaux paysages « postmodernes » de la consommation, où surabondent les espaces « touristifiés », les mégas centres commerciaux et autres complexes de loisir. Au contraire, les espaces de proximité (le quartier, le voisinage) et l'ambiance de la rue ou se côtoie le plus divers, cette culture « organique et indigène » à laquelle réfère Florida, constitueraient autant d'éléments d'ambiance recherchés pour se perdre soi-même afin de mieux se retrouver, développer sa personnalité et se réaliser.

On se pose donc à l'encontre des thèses généralement admises sur la déconcentration croissante des agglomérations : « *the cities have come back* » (Florida, 2002c: 291). De même, on remet en question les stratégies de revitalisation des centres urbains axées sur le tourisme et la consommation de masse. Contre les théories de la ville qui séparent et isolent, au moins implicitement, les nouveaux espaces postmodernes de consommation (quartiers touristiques, parc thématique, complexe culturel, etc.) des espaces de la vie urbaine quotidienne, on défend une vision plus « intégrée » de la production/consommation culturelle, selon laquelle les habitants de la ville et ceux qui y travaillent sont aussi ceux qui produisent et consomment la culture qui y est offerte. C'est ainsi qu'on met en garde les designers urbains et autres tenants du marketing culturel urbain contre la tentation à la « cosmétisation » des espaces et les fausses patines d'esthétisation : « *neo-bohemia is more than just window-dressing* » (Lloyd, 2002: 524).

La proposition suscite à son tour le débat. Ainsi, le sociologue canadien John Hannigan (2007) reconnaît, lui aussi, une demande contemporaine en faveur d'expériences urbaines plus « actives », « authentiques » et « participatives » que celles proposées par les formes classiques de spectacularisation ou de touristification de la ville (Florida, 2002 :166). Il ne voit toutefois pas dans cette appétence nouvelle un attachement particulier ou renouvelé à la « ville ». Pour Hannigan, la création de nouveaux marchés culturels urbains ciblant les « créatifs » de la tech-économie se pose plutôt comme une modalité particulière de réalisation d'un même principe général, par lequel la consommation s'érige comme une force économique significative opérant dans les villes occidentales des pays capitalistes avancés. Plus exactement, la configuration des espaces urbains destinés à rencontrer cet objectif jouerait invariablement la construction d'une offre expérientielle « sécuritaire » de la vie

urbaine et de ses aspects les plus « excentriques », en vue d'exploiter les désirs et les aspirations de la classe moyenne. C'est ainsi que, de sa « Fantasy city » (Hannigan, 1998) à la « ville créative » de Lloyd et Florida, la restructuration des aires de consommation de la ville ne ferait qu'osciller entre la production d'environnements « riskless risk » et « controlled edge » :

By controlled edge, I mean the process whereby bohemian culture is captured and made safe for gentrifiers, tourists, art collectors, suburban day trippers, and other middle-class consumers by a cadre of real-estate entrepreneurs, leisure merchants, fashion designers, restaurateurs, record producers, television and movie directors, casino cars, tourist operators, and advertising agencies. Controlled edge and its analogue « riskless risk » constitute a central organizing framework for a wide array of leisure and entertainment domains in contemporary society [...] The production of controlled edge has its genesis in a long-standing tension in the metropolis between the desire of middle-class resident for novelty and diverse experience and their parallel desire for security (Hannigan : 2007 : 73).

De manière à lui donner raison, un récent rapport produit par l'OCDE (2009) promeut la notion de « tourisme créatif » pour reformater l'offre territoriale des régions urbaines en direction de nouveaux consommateurs « omnivores » et ainsi asseoir le lien entre culture et tourisme, d'une part, et compétitivité et attractivité, d'autre part⁹⁴. En somme, si l'ouverture au pluriculturalisme caractérise les membres de la « classe créative », il y aurait bien à se demander s'ils ne se suffisent pas d'asseoir leurs croyances et leurs pratiques sur l'illusion de diversité et de tolérance propre aux nouveaux espaces « postmodernes » de la consommation ?

Conclusion

Ce chapitre avait pour objectif de situer à un niveau analytique volontairement général le débat ouvert par la théorie du « capital créatif » sur les liens relativement directs et surtout inédits entre la créativité culturelle des villes et leur développement économique. On a tout d'abord vu que, non sans raison, cette théorie du « capital humain » version post-industrielle/post-moderne est jugée impropre à fonder les politiques publiques en matière de développement urbain et régional. Dans le contexte actuel d'une véritable fétichisation des politiques publiques autour de l'idée de « ville créative » et des notions apparentées, la

⁹⁴ Ce rapport est disponible en ligne dans sa traduction française au : <http://www.oecd.org/dataoecd/35/5/42040218.pdf>

valeur éminemment discutable – et discutée – des prescriptions de Richard Florida en matière de politiques publiques vaut assurément la peine d'être rappelée.

L'irrecevabilité de cette théorie se mesure tant sur le plan scientifique fondamental que de ses applications. Elle met plus exactement en cause trois aspects à problème: 1/ le postulat d'un passage radical et généralisé à une « nouvelle économie créative », qui se heurte vite à la diversité et à la complexité des réalités « locales », y compris pour ce qui est des liens multi-causaux entre croissance et capital humain ; 2/ la valeur de la notion de « classe créative », en tant que celle-ci qualifie sans trop de distinction une vaste classe moyenne urbaine, dont les goûts esthétiques et le mode de vie distincts expliqueraient une géographie économique différenciée en faveur de certaines (grandes) villes ou types de villes; 3/ l'impasse fait sur de nombreuses autres problématiques urbaines, autant sinon plus dignes de figurer à l'ordre du jour des collectivités territoriales que l'offre en matière de culture et de loisir : l'étalement urbain, le vieillissement des infrastructures, le logement et les contraintes financières, mais aussi la gentrification, la dualisation sociale et spatiale propre aux métropoles mondialisées, etc.

Cela dit, si l'on met de côté les ambitions programmatiques d'une théorie de la croissance urbaine à l'évidence indûment prétentieuse, voire dangereuse, la théorie du capital créatif apparaît intégrer et reformuler à la fois un ensemble de propositions sur les relations entre dynamiques économiques, développement urbain et substrat culturel des villes, au moins dignes d'être considérées pour leur valeur d'hypothèse. Plus exactement, lorsque le cadre d'analyse de l'« économie créative » est resserré aux activités exploitant dans une perspective marchande la créativité artistique/esthétique de groupes de travailleurs « créatifs », certains constats tirés de l'état des représentations académiques (la globalisation, l'économicisation de la culture, la culturalisation de l'économie, la montée d'un nouveau type de travail et de travailleurs, le renouveau des classes moyennes) incitent à considérer l'idée de « classe créative » et son réseau de sens comme un concept analytique, c.-à-d. visant à articuler un ensemble de réalités empiriques, qu'il reste à tester. Avant d'être repris de manière extensive et popularisés par Florida, les concepts d'« économie créative » et de « ville créative » visaient d'ailleurs chacun à leur origine à rendre compte spécifiquement du potentiel des arts et de la culture pour la croissance économique et le développement des territoires. Il n'y a donc pas à s'étonner si, après un moment de déchainement de critiques sévères, pas toutes également justifiées, le débat académique autour de la théorie du « capital créatif » semble maintenant se faire plus pondéré, explorant des voies médianes entre la critique radicale et l'adhésion aveugle.

Ainsi et par exemple, les résultats issus du programme européen ACRE (*Accommodating Creative Knowledge. Competitiveness of European Metropolitan Regions within the Enlarged Union*) tendent globalement à réfuter les assertions de Florida selon lesquelles des facteurs « softs » de localisation (ambiance urbaine, tolérance, dynamisme culturel) prédominent dans les choix résidentiels des professionnels créatifs sur les facteurs « hards », plus traditionnels, telles que les opportunités d'emploi (c.f. supra, p. 78 note 64). En dépit de ces résultats, les chercheurs reconnaissent néanmoins les mêmes éléments d'intérêt à l'idée de « classe créative » que ceux discutés ici: la « *tendance des économies actuelles à dépendre toujours plus d'activités que l'on peut rassembler autour de la notion de création [...], l'idée d'inclure dans les facteurs de dynamisme économique tout le secteur artistique et culturel [...], enfin, l'idée que des « soft factors » jouent un rôle important dans le dynamisme économique des villes* », s'agissant de retenir sur le territoire (ou d'attirer de manière durable) une main-d'œuvre qualifiée ou compétente (Grossetti, Martin-Brelot et Eckert, 2009: 10). Sur ce dernier point, il y a d'ailleurs à se demander si la méthodologie d'enquête (enquête par questionnaire fermé ou à choix multiples) était la plus adaptée pour saisir les dimensions qualitatives de l'économie créative, notamment le rapport sensible à l'offre culturelle du territoire.

L'invitation à reconsidérer sur une base analytique restreinte le construit de classe créative se lit également dans les réponses apportées par la géographie économique au phénomène de concentration spatiale des activités à fort contenu technologique et de création. Les liens qu'entretiennent les activités technocréatives et l'animation artistique et culturelle dans laquelle elles se développent sont rarement abordés de manière directe dans cette littérature. L'examen en filigrane des différents travaux est néanmoins riche d'enseignements, permet de justifier le positionnement théorique de départ et de baliser la démarche méthodologique. Un ensemble d'intuitions de recherche valables peuvent être avancées. De manière schématique, la question de l'assujettissement des activités technocréatives aux territoires métropolitains rencontrerait celle de l'offre artistique et culturelle territoriale à trois niveaux : de façon très directe, par des effets de type « milieu »; de façon directe, par des effets de « lieu »; de façon plus indirecte par des effets de « culture » (en termes de valeur et d'aspiration). L'intuition des mécanismes à la base de ces effets invite à dégager les modes d'articulation entre champs créatifs, d'une part, et champ territorial, d'autre part, en considérant deux logiques ou ressorts principaux: 1/ celui de la mobilité professionnelle sur les marchés métropolitains du travail de création; 2/ celui de la mobilisation, à des fins personnelles ou dans un cadre marchand, des ressources culturelles de natures et d'échelles variées présentes dans la ville.

Dans cette perspective, un environnement urbain marqué par la présence des arts et des artistes se conçoit à la fois comme espace social professionnel (marché des compétences et réserve d'interactions créatrices), comme espace matériel et immatériel (infrastructures culturelles et réseaux d'équipements de proximité, lieux de sociabilité et de loisirs, de circulation d'informations tacites et de stimuli sensoriels) et comme espace symbolique, dans ses composantes culturelles et identitaires (valeurs, traditions), voire sa dimension purement idéelle (représentations, sentiment d'appartenance). Au plan analytique, il apparaît également nécessaire d'élargir sensiblement le spectre des activités culturelles considérées par les approches traditionnelles du développement culturel local. Outre la reprise de la notion de « *quality of place* » chez Florida, deux notions voisines sont développées, celle de « scènes culturelles » et celle d'« ambiances urbaines », qui mettent à mal une certaine homogénéité de vue sur ce que recouvre le concept de développement culturel local. En effet, d'un côté, la culture n'est pas seulement appréhendée sous l'angle de ses manifestations concrètes ou tangibles, mais également à travers ses aspects intangibles : les esthétiques, les idéalités, les ambiances.... D'un autre côté se brouillent les distinctions et clivages habituels entre une culture institutionnelle, « sectorialisée », « professionnalisée » et fortement administrée et des cultures vécues, populaires ou vernaculaires, plus faiblement administrées.

En somme, la recherche milite dans son ensemble en faveur d'une prise en compte extensive et plurielle de l'offre culturelle territoriale, que cette dernière relève d'une « haute culture » ou d'une culture dite « alternative », « off », « souterraine » (*underground*), d'un « tiers secteur artistique » qui se déploie à l'échelle de la rue (l'art dans la rue, l'art de la rue), dans des espaces plus intimes ou confinés. Il s'agirait donc également de faire varier et d'emboîter les échelles spatiales d'analyse; de la ville ou de la ville-région (le bassin de vie et/ou d'emploi) à la rue et aux espaces quotidiens de la vie métropolitaine, avec leurs climats, leurs scènes, leurs ambiances, leurs lieux de sociabilité. La construction du dispositif méthodologique est intimement liée à ces propositions. C'est ce que détaille plus avant le prochain chapitre.

CHAPITRE III : LE DISPOSITIF MÉTHODOLOGIQUE

Suivant l'orientation inductive donnée à ce travail de thèse, les diverses propositions examinées au chapitre précédent se situent à l'intérieur d'une piste de réflexion de départ jugée valable : il ne faut pas y voir un *a priori* ferme sur lequel se fonde quelque hypothèse à contrôler, mais davantage des axes d'analyses suffisamment ouverts et « performants » pour permettre de confronter et d'enrichir, à partir d'observations empiriques, les dimensions soulevées dans les écrits sur un sujet encore peu exploré. Le but poursuivi est d'arriver à une compréhension plus en profondeur des phénomènes sociaux évoqués dans ces écrits, en tâchant de dépasser une réduction de la ville créative à des questions de densité urbaine (d'intensité, de diversité et/ou de connectivité) d'ailleurs mal définie, au profit d'une analyse qui s'intéresse aux modalités concrètes sur lesquelles se jouent d'éventuelles interactions productives entre les divers « mondes créatifs » qu'articule la ville dense.

À cet égard, le choix d'une démarche exploratoire et descriptive est d'abord motivé par l'état actuel des connaissances, alors que ressort au bilan des recherches menées sur les ressorts géographiques de l'économie créative la nécessité de multiplier l'analyse de situations concrètes dans des sites urbains spécifiques, en focalisant l'attention sur des secteurs d'activités et des catégories de travailleurs mieux spécifiés. Nombre d'auteurs appellent explicitement à pousser l'investigation en ce sens (Pratt, 2005, 2009; Vang, 2007; Cooke et Lazzeretti, 2008a, etc.). Se résoudre à décrire et à analyser la diversité plutôt que s'efforcer de la réduire ne veut pas dire pour autant s'arrêter à des cas particuliers. Il s'agit davantage d'orienter l'effort vers la mise en place d'outils permettant d'identifier sinon des lois, du moins des principes généraux d'organisation, des caractéristiques communes aux situations étudiées.

Pour répondre à ces exigences, la recherche se limite dans ses composantes empiriques à un seul type d'activité industrielle, localisé en un seul lieu géographique: la conception de jeux électroniques interactifs à Montréal. L'objet de la recherche est la pratique du « travail de création » dans ce secteur spécifique d'activité, en tant que cette expression est susceptible de désigner non seulement un type particulier de travail, mais aussi un type particulier de sujets et d'acteurs sociaux. La recherche vise la description et la compréhension des paramètres et des dynamiques sociales et spatiales de cette activité, à partir des pratiques et du point de vue des premiers intéressés : elle accorde une valeur première ou « réelle » aux significations attribuées par les acteurs sociaux à leur expérience sociale.

Adoptant de fait le parti pris d'une étude qualitative microsociologique, ancrée dans une démarche exploratoire et descriptive, trois injonctions épistémologiques et méthodologiques, implicites aux visées de la recherche, structurent son architecture et guident la construction de l'objet : 1- une définition de l'individu comme acteur compétent, doté d'une capacité critique et réflexive ; 2- un cadre conceptuel qui permet de saisir le changement social, le changement « en train de se faire » et qui autorise la production d'une analyse critique mettant l'accent sur la nouveauté de la situation (plutôt que sur un éternel retour) ; 3- des méthodes d'investigation qui permettent la prise en compte du temps présent, du caractère hétérogène et complexe des phénomènes observés. La suite de ce chapitre détaille plus avant les éléments de construction et d'application du dispositif méthodologique, passant tour à tour en revue la stratégie d'enquête et la posture méthodologique, le choix du terrain, les outils d'investigations et la démarche d'analyse.

La stratégie d'enquête

La stratégie d'enquête repose sur une intuition forte et deux principes directeurs. L'intuition première veut que les « travailleurs créatifs » soient pris dans des configurations d'activité où s'articulent, selon des degrés divers et à des proportions variables, une logique artistique, une logique (techno) scientifique, une logique industrielle et une logique de marché. La variété des situations concrètes où se joue l'hybridation de ces logiques renverrait potentiellement à des environnements économiques, organisationnels et culturels, mais aussi urbains singuliers⁹⁵. L'hypothèse de travail consiste en fait à reprendre cette idée selon laquelle « *the needs of each industry are different [...] and each creative person and firm uses the locality in different ways* » (Malecki, 2004: 27 citant Drake, 2003 et Scott, 2000).

⁹⁵ Un travail de terrain exploratoire a permis de mettre en évidence le caractère hétérogène des activités de création artistique sur les différents secteurs/marchés de la création numérique à Montréal (Roy-Valex et De Verdalle, 2007). Les variations alors observées étaient le fait 1/ des sous-secteurs d'activité, définis par le produit (œuvre d'art / effets spéciaux / jeux vidéo / conception de site web), alors que les contraintes de temps, d'innovation et de rentabilité n'y sont pas les mêmes ; 2/ du modèle d'affaires des entreprises et des créneaux de marchés qu'elles visent, puisque la plus-value se rattache tantôt aux composantes artistiques (esthétiques) du produit, tantôt à ses composantes technologiques ; 3/ du rôle joué par les interactions avec les clients dans la conduite des pratiques. Il s'agit ici soit du degré d'intégration du client au processus créatif (une « orientation-client »), soit de la nécessité de composer avec la demande du marché qui occasionnera, par exemple, la réorientation plus ou moins temporaire de la mission de l'entreprise vers des activités (mandats, projets...) de nature plus technique pour se maintenir à flot et/ou préserver la relation aux clients. Cette première prise de contact avec le terrain a volontairement laissé de côté l'aspect plus proprement territorial du déploiement des activités.

Dans cet esprit, il s'agit moins de partir d'une définition *a priori* de ce que peut être la pratique du travail de création que de saisir en actes, à travers un travail de terrain, comment ses formes diverses s'incarnent et se déclinent à travers des parcours individuels, professionnels et organisationnels. Un premier principe présidant à la démarche de recherche vise par conséquent l'articulation de parcours individuels et de parcours organisationnels, pour voir comment ces « mondes sociaux » de la production se structurent et se stabilisent au moins provisoirement⁹⁶. Il s'agit aussi d'évaluer la porosité et la perméabilité de ces mondes les uns par rapport aux autres; une question d'intérêt pour qui veut soupeser la réalité de l'écologie urbaine de la « ville créative » dans ses articulations productives étant bien de savoir si les « créatifs » du jeu vidéo fonctionnent dans un univers professionnel autonome ou s'ils ont des liens avec d'autres types d'activités.

S'il est important de tenir compte des contextes organisationnels au sein desquels prend place la pratique pour rendre compte de son effectivité (« *chaque secteur (ou produit) génère ses métiers et ses savoir-faire spécifiques, voire son imaginaire et son identité* » (Daviet, 2005), il ne s'agira toutefois pas ici d'enfermer la compréhension de l'agir et du sens des individus, en considérant que l'exercice de la fonction détermine leurs comportements de manière plus décisive que leurs caractéristiques personnelles ou l'héritage de leur histoire. Au contraire, la posture méthodologique défend l'idée selon laquelle les logiques d'actions (intentions, dispositions, croyances, motivations...) portent en elles-mêmes les effets du processus historique de leur socialisation et les conséquences de leur histoire et, partant, ne prennent pas leur sens uniquement dans un ancrage contextuel (Pailot, 2003: 26). En fait, ces dimensions (individuelle et organisationnelle) sont indissociables entre elles et le jeu entre les organisations et les parcours professionnels invite à questionner les modes de régulation du travail en étudiant parallèlement les contextes organisationnels, d'une part, et le sens que les travailleurs donnent à leur activité, d'autre part (à travers le lien entre travail et hors travail, le nomadisme volontaire sur les différents marchés de la création numérique

⁹⁶ Par « mondes sociaux » de la production, je réfère ici à ces secteurs d'activité de plus en plus nombreux et spécialisés, issus de la différenciation fonctionnelle qui caractérise les sociétés contemporaines. Défini à *minima*, un monde social renvoie à un type d'activité spécifique, possédant ses logiques propres (ses normes, ses conventions, etc.). Dans cette perspective, les concepts sociologiques de « champ », « milieu », « système », etc. sont autant d'outils théoriques potentiellement utiles pour la description de ces univers sociaux spécifiques, sans pour autant nécessairement s'appliquer ou épuiser leur réalité : si, par exemple, « tout « champ » est un monde social, beaucoup de mondes sociaux ne sont pas des champs au sens de Bourdieu » (Bertaux, 2005).

ou, encore, par l'intermédiaire des réseaux sociaux productifs d'échanges créatifs auxquels participent les individus).

À ce premier principe, s'en ajoute un second, plus spécifique à un questionnement spatial, et qui veut que soit ni postulé *a priori* un territoire au travail créatif (une aire spatiale délimitée), ni que soit présumé un rôle à la proximité physique (géographique). Dans le cadre de ce travail de thèse, la notion de territoire ne peut être limitée à une acception politique, économique ou géographique. Si ces acceptions s'avèreront utiles dans les paragraphes qui suivent pour contextualiser le terrain d'enquête, elles ne sauraient suffire, d'un point de vue méthodologique, à saisir dans leur complexité socio-spatiale ces territoires de « fertilisations croisées » entre les acteurs et les segments de l'économie créative qu'il s'agit d'appréhender.

À cet égard, c'est peut-être d'abord l'espace que recouvre réellement la proximité (les relations) qui se trouve interrogé. Les littératures économiques, géographiques, mathématiques et sociologiques témoignent toutes à leur façon de la forte variabilité dans les définitions de la proximité. La polysémie du terme servira dans le cadre de ce travail de thèse pour ses références à deux grands types de proximité entre acteurs individuels, renvoyant pour l'une à la notion géographique et, pour l'autre, à une acception avant tout relationnelle de son essence. Dans ce dernier cas, ce sont les relations fonctionnelles (les interactions comme réalité phénoménale) aussi bien que les relations identitaires (l'ensemble des croyances et les systèmes de représentation au fondement de la relation) qui retiendront l'attention. Suivant la démarche adoptée par l'école française de la proximité, il ne s'agira pas de postuler la fusion de ces deux types de proximité (géographique et socio-économique) mais, au contraire, leur disjonction; l'investigation analytique ayant dès lors pour tâche la mise à jour de la pluralité des formes de leur articulation (Rallet et Torre, 2004), étant bien entendue que la proximité est, aussi, une donnée subjective, fondée sur les perceptions qu'en ont les individus.

En somme, l'analyse du territoire du travail créatif s'inscrira dans une perspective délibérément pragmatique et sera plus descriptive que conceptuelle : centrée sur une acception éthologique du terme, moins politico-administrative que sociologique, il s'agira de cerner le territoire de personnes ou d'un groupe de personnes, dont les limites ou les frontières ne sont plus administratives, politiques ou juridiques, mais « répondent » à des logiques et des dynamiques comportementales, sensorielles et/ou symboliques. Autrement dit, la définition même du « local », c'est-à-dire de son échelle et de la délimitation de ses

frontières par les acteurs, constitue, en soi, un enjeu de la recherche; l'inscription territoriale des acteurs ne se superposant d'ailleurs pas forcément à des périmètres locaux (ou échelle pragmatique). En fait, comme nous le verrons maintenant, l'approche territoriale mise de l'avant dans le cadre de ce travail de thèse ne prend son sens que par rapport à l'analyse ethnosociologique placée au cœur de la démarche de recherche.

La perspective ethnosociologique : une sociologie « immergée »

Parmi les méthodologies de recherche utilisées en science sociale, la « perspective ethnosociologique », telle que défendue par Daniel Bertaux (Bertaux, 2005), apparaît particulièrement adaptée aux exigences de la problématique de recherche⁹⁷. Souscrivant au paradigme de l'acteur et à une sociologie du quotidien, la mise en application concrète de l'enquête ethnosociologique repose sur la méthode biographique et se traduit principalement par la pratique sociologique du récit de vie⁹⁸. À l'opposé toutefois d'une approche biographique qui se donne comme objet la totalité de l'histoire de la vie d'un individu ou d'une famille pour tendre, en principe, à en couvrir les principales dimensions, la méthode préconisée par Bertaux vise le recueil d'une histoire de vie segmentée (ou topique), s'articulant autour d'un thème central dont elle ne cherche à couvrir que quelques dimensions ou problématiques précises de la vie de l'acteur.

Bâtie à partir des fondements et des postulats de la perspective ethnosociologique, la méthode biographique s'avère d'intérêt dans le cadre de cette recherche en raison de deux principales fonctions qu'elle remplit, à savoir une fonction exploratoire et une fonction analytique. Ces deux fonctions sont successivement passées en revue ci-après.

⁹⁷ Les études de nature qualitative et exploratoire ayant recours à l'analyse inductive s'appuient règle générale sur des traditions de recherche spécialisées, telles que la phénoménologie (Manen, 1990), l'analyse du discours (Potter et Wetherell, 1994) ou la théorie ancrée (Glaser et Strauss, 1967) (Thomas, 2006: 241). Une parenté évidente dans la façon de concevoir les liens entre théorie et empirie existe entre l'approche défendue par Bertaux et celle défendue par Glaser et Strauss. Bertaux aura d'ailleurs contribué à faire connaître la base méthodologique de la théorie ancrée dans le monde académique francophone, par l'intermédiaire de son travail sur les récits de vies (Bertaux, 1997).

⁹⁸ Cette méthode, issue du courant de pensée sociologique de l'École de Chicago (William I. Thomas et Robert E. Park, parmi les précurseurs), a connu ses heures de gloire entre 1920 et 1940, pour quasi disparaître après la seconde guerre mondiale. Le monde académique privilégie alors l'objectivisme, les méthodes quantitatives et les enquêtes par questionnaires. Autour des années 1970, la critique du positivisme dominant et l'exposition des limites des grandes enquêtes statistiques ouvrent la voie à la redécouverte de la méthode des récits de vie et sa popularisation dans le monde de la recherche.

Pour une approche exploratoire : le récit de pratique comme histoire de vie segmentée

Suivant Bertaux, le positionnement ethnosociologique prend acte de la coexistence au sein d'une même société d'une diversité de mondes sociaux (un ensemble de pratiques), définis au travers telle ou telle « catégorie de situation » (un jeune en recherche d'emploi, par exemple) ou centrés autour de telle ou telle activité spécifique (une activité professionnelle, notamment). L'hypothèse centrale, qui aura inspiré nombre d'enquêtes en sociologie depuis les travaux pionniers de l'École de Chicago dans les années 1920, veut que les logiques qui régulent l'ensemble d'un monde social, ou « mésocosme » selon Bertaux, soient également à l'œuvre dans tous les microcosmes qui le composent. Bertaux met néanmoins en garde contre la tentative de généraliser à partir de l'étude d'un cas unique, invitant les chercheurs à multiplier les terrains d'observation pour poursuivre, individuellement ou collectivement, un travail comparatif. Ce n'est qu'à terme, par accumulation et comparaison d'analyses sur des mondes spécifiques qu'une compréhension plus globale des logiques de type « macro » qui traversent les niveaux meso et micro pourra être atteinte (Bertaux, 2005: 20).

Aussi, la démarche ethnosociologique renvoie à une démarche avant tout exploratoire, de type qualitatif et inductif, fondée sur l'enquête de terrain. Le principe premier consiste à croiser les techniques de l'ethnographie et les cadres interprétatifs de la sociologie pour parvenir à une connaissance fine, de type objectif, du fonctionnement interne d'un monde social ou de tout autre « fragment de réalité sociale-historique » (un objet social) pour lesquels notre connaissance se limite aux stéréotypes, préjugés et représentations collectives du sens commun. Prenant ses sources dans la tradition ethnographique de par ses techniques d'investigation (le récit de vie, mais aussi l'observation toujours peu ou prou « participante »), la démarche consiste à mettre à distance ses préjugés et à se dégager de tout *a priori*, pour viser une compréhension d'un objet social « en profondeur ». Suivant la définition qu'en donne Bertaux:

La démarche ethnosociologique vise à la compréhension d'un objet social « en profondeur » ; si elle a recours aux récits ce n'est pas pour comprendre telle ou telle personne en profondeur, mais pour extraire des expériences de ceux qui ont vécu une partie de leur vie au sein de cet objet social des informations et des descriptions qui, une fois analysées et assemblées, aident à en comprendre le fonctionnement et les dynamiques internes. (Bertaux, 2005: 48).

En privilégiant la technique du récit de vie comme stratégie d'accès au réel, il s'agit d'abord de mettre en œuvre une sensibilité plus ethnographique et historicisante que celle induite par les techniques habituelles de l'enquête sociologique (l'observation directe, le recours à des

informateurs centraux, le questionnaire, si l'on se cantonne aux approches qualitatives). L'avantage de cette méthode sur d'autres méthodes de type qualitatif — jugées plus complémentaires qu'opposées — est de laisser se développer un discours narratif dont « *la dimension temporelle, diachronique [...] est aussi celle de l'articulation concrète, dans l'action, de « facteurs » et de mécanismes très divers* » (Bertaux, 2005: 24).

L'intérêt premier du récit de vie, comme de toute approche biographique, réside dans cette caractéristique propre de croiser une perspective diachronique et une perspective synchronique et transversale, en totalisant ce que les sciences sociales ont découpé en champs spécialisés (le travail, le loisir, la famille...). Envisagé comme « récit de pratique en situation », le récit de vie sert ainsi autant à inscrire les pratiques dans la longue durée d'une vie ou d'un fragment de vie racontés, qu'à mettre en exergue les points de croisement des différents domaines de l'existence et leurs logiques respectives, *a priori* indépendantes (Bertaux, 2005). S'appuyant sur une étude qu'il a lui-même conduite sur la boulangerie française en tant que microcosme de vie et de travail (Bertaux et Bertaux-Wiame, 1980), Bertaux insiste sur la possibilité qu'offre cette méthode de ne pas faire fi de l'articulation concrète des différents domaines de l'existence dans les expériences de vie de l'acteur; en somme, de son « mode de vie », entendu ici comme l'organisation de la vie quotidienne.

On comprend l'avantage de cette méthode pour approcher des comportements de la vie quotidienne qui, comme c'est le cas ici, semblent en grande partie prendre leur origine dans ces interstices des spécialisations sociologiques, là où l'on ne sait plus très bien s'il s'agit de travail ou de loisir, de culture ou de consommation, de sociabilité ou de politique, d'économique ou de social. Il mérite de revenir un instant sur cet aspect du problème, pour préciser l'objet et les dimensions de l'analyse.

Une littérature abondante portant sur les conditions de travail dans les nouveaux secteurs technocréatifs du multimédia ou des nouveaux médias s'est concentrée sur le profil et les caractéristiques personnelles des travailleurs du domaine. Ces études à caractère plus sociologique font apparaître un monde jeune, plutôt masculin, urbain, diplômé et célibataire, dont le mode ou le style de vie est marqué à divers degrés par une relation ambiguë entre travail (travail-emploi) et hors travail (le « loisir »), l'entrecroisement des relations d'interconnaissance et de confiance issues de la sphère professionnelle et de la sphère privée, une hypermobilité horizontale et une pluriactivité professionnelle fondées, notamment, sur des passages entre les statuts de salariés et d'artistes professionnels (Christopherson, 2002 ; Gibson, Murphy et Freestone, 2002; McRobbie, 2002; Perrons, 2003

; Ross, 2003; Tremblay, 2003a ; Christopherson, 2004 ; Leadbetter et Oakley, 2005; Gill, 2007). Dans l'ensemble, ces facteurs débouchent sur l'image souvent mentionnée du professionnel créatif, dynamique et flexible, fortement engagé dans son travail et qui cultive pour cette raison une véritable culture de la mobilité, qu'elle soit géographique, professionnelle, sociale ou culturelle.

Or, si l'on suit les propositions évoquées au chapitre précédent, les cadres analytiques de la « ville créative » font invariablement de cette mobilité des acteurs individuels l'une des conditions des phénomènes productifs qu'ils cherchent à théoriser. La clé des « proximités vertueuses », des « synergies créatrices » ou autres « effets de terrain propices à la création » résiderait en effet pour une bonne part dans la volonté et la capacité des personnes à circuler sans heurt dans l'espace social du travail et des métiers « créatifs », mais aussi à se déplacer physiquement dans l'espace géographique de la ville culturellement dense et diversifiée et métaphoriquement dans l'espace social des goûts et des styles de vie. C'est ainsi par exemple qu'on affirme, sans plus de précisions sur les pratiques effectives des personnes concernées:

[...] even residents who went on to produce for highly popular media like television or Hollywood films were likely to be conversant in high art traditions, and to have been avid consumers of the more avant-garde fare products locally (Lloyd, 2004: 348).

Ou encore:

Les individus multiplient leurs réseaux d'appartenance, leurs réseaux sociaux, auxquels ils s'identifient. Cette multi-appartenance est favorisée et favorise (dans le même temps) la multiplication des expériences personnelles, l'affirmation de l'individualité, l'acceptation des différences, la tolérance, transcendant les différences de valeurs socioculturelles des classes moyennes et supérieures et des milieux créatifs et artistiques (ou bohèmes). L'expérimentation, en ce qu'elle a de créatif, devient le fondement du quotidien des individus dans une société créative, et constitue aujourd'hui une nouvelle normalité. (Vivant, 2006).

La littérature traitant des ressorts spatiaux et plus spécifiquement territoriaux de l'économie créative foisonne de ce type d'affirmations qui, renchérissant sur l'idée que « *la créativité et surtout sa durabilité sur le long terme, son renouvellement, nécessite l'ouverture sur différents mondes intellectuels, sociaux, culturels et géographiques* » (Liefoghe, 2009), filent les métaphores de la mobilité. De fait, la question d'une offre territoriale attractive et performante en contexte d'économie créative, lorsqu'elle est envisagée sous l'angle des acteurs individuels directement concernés, devient avant tout celle de la mobilité.

C'est donc cette mobilité qu'il s'agira plus spécifiquement de restituer, à partir de l'observation de cas concrets et sur un mode comparatiste. Pour rendre opératoire le

questionnement, l'accent sera mis sur (1) la mobilité professionnelle des personnes sur les marchés locaux du travail de création; (2) leur mobilité sociale, c.-à-d leur capacité d'adaptation à des milieux différents afin de pouvoir jouer sur plusieurs scènes et/ou solliciter des réseaux composés de relations plus ou moins élargies; (3) leur mobilité culturelle, définie ici à travers la diversité des goûts et des pratiques culturelles qui marque les formes de participation quotidienne à la vie culturelle « hors les murs »; (4) leur mobilité géographique, appréhendée plus particulièrement sous l'angle des représentations et de la nature de l'attachement à l'espace résidentiel d'adoption.

Pour donner du sens : le récit de vie, un accès privilégié aux processus sociaux

À l'instar de l'ethnologue, le chercheur qui adopte une perspective ethnosociologique se présente sur le terrain conscient de sa relative ignorance et s'adresse aux personnes qu'il y rencontre pour leur demander ce qui s'y passe et « comment ça marche » (Bertaux, 2005: 22). Contrairement toutefois à l'ethnologue qui se contente de décrire un terrain spécifique et d'en analyser la culture, il construit son objet en référence à des problématiques sociologiques et, donc, avec une préoccupation forte pour « remonter » en généralité. Que l'accent soit mis sur le déterminisme des structures ou sur les logiques de l'acteur — avec l'intention le plus souvent d'articuler les deux — ce passage du descriptif (l'ethno-) au général-analytique (sociologique) est au principe même de l'enquête ethnosociologique. Comme le dit Bertaux lui-même, il s'agit d'élaborer

[...] une « interprétation plausible » (et non une explication) des « récurrences » relatives à des logiques d'action, à des processus et à des mécanismes structuraux « internes », identifiés pour leur probabilité à se retrouver dans plusieurs contextes similaires. (Bertaux, 2005: 17).

En ce sens, l'approche peut être qualifiée d'objectiviste, puisqu'il s'agit moins de s'intéresser à ce que répond le sujet en tant que personne (à son « vécu subjectif »), qu'aux contextes sociaux dans lesquels il se trouve et dont il a acquis par l'expérience une connaissance pratique. La posture épistémologique et méthodologique défendue par Bertaux peut sembler de là s'inscrire dans la lignée la plus classique de la « sociologie du soupçon », qui trouve en France son premier représentant chez Pierre Bourdieu. La manière d'agir, de penser, de sentir des personnes doit en effet être comprise chez Bertaux comme le produit intériorisé, voire incorporé, d'une socialisation passée, à travers différents modes et à différents moments d'intériorisation, et qui s'actualise dans des contextes sociaux similaires. Dit autrement, les individus reproduisent les dispositions sociales (discursives, mentales,

perceptives, etc.) héritées de leur groupe d'appartenance, au niveau micro-, méso- ou macro- des structures sociales; l'enjeu étant pour le chercheur de parvenir à dévoiler en dernière instance une quelconque structure sous-jacente aux significations, actions ou régimes de coordination; en somme, la raison « profonde » des phénomènes sociaux et culturels.

Toutefois, en situant les comportements sociaux au point de croisement des patrimoines individuels de dispositions et des contextes de la pratique (Bertaux, 2005: 90), Bertaux invite à se démarquer d'un structuralisme par trop dogmatique, qui ne conduirait à voir dans les préférences normatives des personnes autre chose que le simple produit de leurs dispositions sociales. Cette notion de disposition sociale, qui est au cœur de la théorie bourdieusienne de l'habitus, est aujourd'hui revisitée par les sociologues à partir notamment d'une approche psychologique (Lahire, 1999) et philosophique (Corcuff, 2001), afin de penser un « individu pluriel » unique, multi-socialisé, capable « d'inventer en situation » et dans une diversité de contextes sociaux. Inscrivant son approche ethnosociologique dans l'espace de ces « nouvelles sociologies » (Corcuff, 1995: 16), plus constructivistes et interactionnistes que structuralistes, Bertaux souligne lui-même

[...] le caractère « construit » des contextes sociaux et la différentialité des personnes [pour amener] à concevoir les processus sociaux comme des enchaînements probables d'actions et d'interactions d' « *acteurs placés en situation* ». (Bertaux, 2005: 90. Les italiques sont de l'auteur).

On comprend que, dans cette perspective, mettre en rapport des pratiques et des dispositions sociales ne veut pas dire qu'il faille nécessairement voir dans ces pratiques une conséquence de certaines propriétés sociales préalables et extérieures, au contraire. Sans qu'il soit utile ici d'entrer plus avant dans ces débats sur la localisation de la disposition (ou s'oppose « multi-déterminisme » et réflexivité de l'acteur), il suffit de dire que la recherche fait sienne l'hypothèse d'un pluralisme dispositionnel lié à des socialisations multiples et des cadres de références hétérogènes; d'un « homme pluriel » (Lahire, 1998) ou, mieux, d'un habitus dynamique, à la fois susceptible de reproduire des comportements issus en droite ligne de déterminismes sociaux et à la fois susceptible d'invention culturelle, apte à mettre en forme des modes d'expression et d'action singuliers (et, donc, de rétroaction sur le monde social).

Pour saisir le changement « en train de se faire »

Il a été vu au chapitre 1 que, à l'encontre d'une lecture substantialiste de l'œuvre de l'art et de la création artistique, les approches sociologiques considèrent les concepts d' « art » et d' « artiste » comme des construits socio-historiques et s'attachent à baliser le processus de légitimation, de constitution et de perpétuation de la figure de l'artiste souverain depuis l'Antiquité. En filiation avec ces approches, je considérerai moi-même comme acquis le statut social de l'art dans les sociétés occidentales. De la même façon, je prendrai également pour acquis le fait que les artistes se représentent à eux-mêmes comme des créateurs et qu'ils ont imposé cette représentation à l'ensemble de la société. Il ne s'agira toutefois pas de réifier les différences ou de figer les identités : chaque société s'auto-institue dans l'espace et dans le temps et l'analyse du social par une segmentation entre économique, politique, religieux, culturel, artistique... ne reflète assurément qu'un mode particulier d'institution du social. Ce qu'on nomme aujourd'hui la création artistique n'a cessé de subir des re-catégorisations successives, rendant aujourd'hui possible la coexistence, voire une concurrence des discours et des systèmes de représentation.

En reformulant cette dernière proposition sous forme d'hypothèse, un des enjeux du travail de terrain sera précisément d'éviter de surligner les frontières et d'être attentif aux mouvances des construits. Par conséquent, si, d'un point de vue analytique, le questionnement de départ implique de partir d'une acception relativement étroite de la culture, je laisserai aux acteurs du terrain le soin de définir ce qu'il faut entendre au juste par « art » et « artiste ». Cette option méthodologique foncièrement pragmatique a deux conséquences immédiates sur la conceptualisation et la délimitation de l'objet d'étude.

D'une part, elle implique la prise en compte des représentations des acteurs sociaux dans la définition de ce qu'il faut entendre par les termes et, partant, une acception ouverte des activités de consommation ou de participation liées à la vie intellectuelle et artistique. L'approche s'inscrit en phase avec les nouveaux discours économiques sur la ville et la classe créatives, qui invitent à prendre en compte des domaines moins clairement identifiés par le découpage artistico-administratif habituel (musées, spectacle vivant, cinéma, bibliothèques...) afin de saisir la réalité de la culture en ville et son potentiel comme outil de régénération économique et urbain. Elle rejoint également d'une certaine façon la tendance amorcée dans les années quatre-vingt d'une redéfinition institutionnelle des pratiques culturelles dans le sens de l'élargissement de ce champ, et donc des domaines d'action de l' « État culturel ». Le commentaire de Jean-François Auguyard résume bien à cet égard les

défis d'une action culturelle programmée qui se voudrait soucieuse des relations entre diversité culturelle et enjeux urbains :

L'immense diversité des formes d'expressions qui s'épanouissent aujourd'hui dans l'espace urbain questionne la nature même de l'adjectif « artistique », peut-être autant – ou plus encore – que les pratiques provocatrices de l'art actuel. Qu'est-ce qui discrimine l'artistique entre un graphe stéréotypé et un tag créatif ? Entre une séance d'improvisation musicale d'amateurs dans un squat et la citation tronquée d'une musique classique dans une publicité ? La réponse réside moins dans un débat spéculatif que dans l'observation du champ plus large de l'expérience esthétique quotidienne (Auguyard, 2005[n.p.]).

La seconde implication, tout aussi centrale, consiste à n'utiliser le terme de « travailleur créatif » uniquement afin de distinguer, en première analyse, « l'artiste », dans son acception classique ou traditionnelle, de ces artistes d'un nouveau genre ou de ces travailleurs d'une nouvelle sorte rencontrés dans des mondes de l'art moins conventionnels ou plus commerciaux/industriels. Suivant le travail de Luc Boltanski sur les nomenclatures socioprofessionnelles (Boltanski, 1982; Boltanski et Thévenot, 1991), ces termes – créatifs, artiste, artisan... – seront d'abord considérés comme les mots du débat social, des catégories utilisées par certains acteurs, dans certaines circonstances, pour rationaliser et argumenter leurs stratégies et exprimer leurs croyances⁹⁹. Dans la voie épistémologique et méthodologique ouverte par cette sociologie « post-critique » ou « pragmatique », il s'agira donc d'être attentive aux qualifications catégorielles opérées par les acteurs dans le pragmatisme de leur action quotidienne, mais aussi de prendre au sérieux les représentations symboliques et imaginaires, les principes axiologiques ou, en d'autres termes, les valeurs qui conditionnent les pratiques et les comportements des acteurs (dont le libre arbitre est, dans ce cas, relatif).

⁹⁹ À cet égard, il est intéressant de noter que l'Office de la langue française du Québec reconnaît depuis 1991 le terme « créatif » comme appellation d'emploi, tout en restreignant son usage au domaine de la publicité. Selon l'Office de la langue française, un créatif est un « publicitaire spécialisé dans les travaux de création et de conception » (1991) ou encore un « professionnel chargé, dans une agence de publicité, de traduire sous forme graphique et visuelle les résultats de l'étude faite par le service commercial sur l'axe de campagne publicitaire » (1992). Une rapide recherche dans les banques d'emplois accessibles sur Internet confirme toutefois qu'un sens plus large est prêté dans le vocabulaire actif à l'appellation d'emploi. En fait, le « créatif » apparaît se trouver aujourd'hui au moins tout autant, sinon davantage, dans les métiers de l'informatique – le secteur du « multimédia » étant concerné au premier chef – que dans les métiers du marketing. Ainsi, réalisateurs, concepteurs-scénaristes, directeurs artistiques multimédia, infographistes, web designer et animateurs 2D et 3D sont de ceux qui offrent aujourd'hui aux entreprises leur expertise en tant que « créatif ».

Si on accepte qu'un contexte sociétal favorise aujourd'hui le brouillage des identités créatives à travers une reconfiguration des « frontières » mobiles de l'activité artistique ou, tout au moins, une mise à l'épreuve du modèle traditionnel du travail de création artistique, on comprend l'intérêt d'être attentif aux identités imprévisibles que peuvent revêtir les acteurs-agents, à partir de leurs « vieilles » dispositions, des comportements et des représentations acquises. Il y a bien, en tous les cas, à se demander de quelles façons se conjuguent aujourd'hui les rationalités artistiques, techno-scientifiques et marchandes dans l'appareil économique contemporain : doit-on toujours appréhender l'activité de création de façon bipolaire (en opposant monde de l'art et monde de l'entreprise, activité et travail, non salarié et salarié, etc.) et dégager, à partir de là, les formes plurielles de la coopération sociale dans l'espace économique ? Ne doit-on pas plutôt soutenir l'hypothèse contraire d'une porosité entre différents modes d'existence et d'activité, prenant place sur un continuum d'organisation et de régulation d'un même marché du travail, d'un même espace productif ? Jusqu'à quel point, dans les représentations et à travers sa pratique, le « créatif » ne subsume-t-il pas aujourd'hui les positions de l'artisan et de l'artiste, constituant de la sorte un espace à la fois différencié et intégré ?

Le choix raisonné d'un terrain d'enquête : le jeu vidéo à Montréal

Pour des raisons d'opportunité de recherche et d'accès au terrain, les opérations d'enquête ont été concentrées sur la pratique du travail de conception (*game design*) dans les établissements commerciaux spécialisés en développement de logiciels de jeux électroniques interactifs à Montréal¹⁰⁰. Outre son accessibilité, le choix de ce terrain se justifie par un ensemble de raisons, certaines contextuelles, d'autres de nature plus théorique. Au plan théorique, d'abord, l'industrie du jeu électronique peut être considérée à plusieurs titres comme une industrie type de la « nouvelle économie créative » des villes. La première raison, ou la plus évidente, tient au fait que cette industrie est à la fois très récente et pèse déjà lourd dans les économies dites « postindustrielles ».

¹⁰⁰ Dans le cadre de ce travail, l'expression « jeux électroniques interactifs » englobera à la fois les jeux vidéo pour console (par exemple, la Play Station de Sony ou, encore la Xbox de Microsoft), les jeux vidéo sur ordinateur, les jeux vidéo d'arcade, ainsi que les consoles de jeux vidéo portables (par exemple, le Game Boy de Nintendo). Bien que ces types de produits puissent renvoyer à des réalités industrielles différentes, la circulation avérée des travailleurs d'un segment/marché à l'autre justifie ici leur regroupement. Pour alléger et dynamiser le texte, je référerai par la suite indistinctement à l'« industrie du jeu vidéo » ou à l'« industrie du jeu électronique ».

Une industrie économiquement significative

Depuis le tournant des années 1980, le marché mondial des jeux vidéo connaît une expansion continue, avec un rythme de croissance annuel moyen à deux chiffres (Secor Conseil, 2008: 2). De façon éminemment symbolique, on relève que le chiffre d'affaires total réalisé au niveau mondial par la vente au détail de produits liés aux jeux vidéo dépasse depuis le tournant des années 2000 celui des entrées en salle de cinéma et rivalise désormais avec le secteur musical, en Amérique du Nord comme en Europe. Entre 1977 et 2001, les taux de croissance sur le plus gros marché mondial que sont les États-Unis auraient avoisiné 13% par an, contre 3% pour l'économie générale (Diberder et Diberder, 2002: 23). En 2002, les retombées générées mondialement par l'industrie sont évaluées à plus de 25 milliards de dollars américains (Secor Conseil, 2003). Ce chiffre est appelé à doubler d'ici 2011, si l'on se fie aux estimations de PricewaterhouseCoopers et de DFC Intelligence (Secor Conseil, 2008: 2).

Au lendemain de l'éclatement de la bulle Internet, l'industrie du jeu vidéo est ainsi celle (avec l'industrie pornographique) qui s'avère la seule véritable vache à lait de l'économie numérique. La récente crise économique mondiale, du moins dans les premières phases du ralentissement de l'activité économique, n'aurait pas davantage eu raison de la croissance de l'industrie : entre janvier et décembre 2008, les ventes mondiales de logiciels, hardwares et accessoires pour jeux vidéo ont augmenté de 11%, dynamisées par des gains de 26 % en Angleterre et de 15% aux États-Unis (The NPD Group, 2009). Au Canada, la situation apparaît également favorable pour l'industrie, qui a vu croître ses ventes de 33% entre 2007 et 2008, générant 2,1 milliards de dollars au cours de cette période (The NPD Group, 2009).

La hausse constante de la demande pour les jeux vidéo a pu notamment profiter à l'industrie québécoise et montréalaise du jeu électronique qui, bénéficiant en outre d'une série de mesures d'aides gouvernementales parmi d'autres « conditions gagnantes », a connu un essor spectaculaire depuis son émergence au début des années 1990 (Secor Conseil, 2008: 50). En 2003, on recensait au Québec une quarantaine d'entreprises spécialisées dans l'édition de jeux vidéo, le développement, la fourniture de services ou la conception de logiciels (Secor Conseil, 2008). Cinq ans plus tard, si l'on se fie aux estimations les plus conservatrices, ce chiffre aurait presque doublé : au moins 73 entreprises sont actives directement ou indirectement dans l'industrie, près d'une soixantaine d'entre elles se spécialisant dans les activités de développement (TECHNOCompétences, 2008).

Au-delà de la création ou de l'implantation de nouvelles entreprises, l'essor de l'industrie québécoise du jeu électronique se juge à la croissance forte et constante du nombre d'emplois : en 2002, cette industrie employait au Québec environ 1200 personnes, comparativement à plus de 6293 sept ans plus tard. Seulement entre 2007 et 2009, le Québec aurait assisté à la création de près de 1 800 emplois dans le secteur, soit une croissance de près de 40 %. Selon les plus récentes estimations, l'industrie québécoise du jeu électronique, prise dans son ensemble, devrait compter près de 8000 emplois d'ici juin 2011 (TECHNOCompétences, 2008). En dépit de légères divergences sur les chiffres, les observateurs s'entendent pour prédire une croissance florissante de l'emploi dans cette industrie, qui devrait dépasser annuellement les 10% pour les prochaines années avec une moyenne sensiblement plus élevée pour les entreprises de développement (14 %).

Une industrie au modèle économique singulier

Mais si l'industrie du jeu vidéo constitue l'exemple emblématique d'une « nouvelle économie créative », c'est bien aussi parce que cette industrie jumelle une intensité technologique typique des industries dites « High Tech » avec un couplage original des dimensions artistique et technologique. En effet, l'industrie du jeu électronique se compose principalement de fabricants d'équipement (consoles) — avec les trois grands joueurs que sont Sony, Microsoft et Nintendo —, deuxièmement, d'éditeurs (Vivendi, Infogrames/Atari, etc.) et, troisièmement, de développeurs, c.-à-d. d'entreprises qui conçoivent les jeux. Bien que les fabricants de consoles soient traditionnellement le moteur de l'industrie, les deux tiers des revenus générés mondialement le sont par les développeurs et, donc, la partie de création et de production logicielle (Secor Conseil, 2003).

Il est ainsi courant de voir dépeindre cette industrie comme une industrie dont la réussite est principalement liée à la créativité et à l'innovation en matière de contenu (Secor Conseil, 2008). Au-delà ou à côté des possibles aspirations des créateurs à se renouveler, à se remettre en cause ou à se dépasser, une série de facteurs additionnels, liés aux logiques socio-économiques qui gouvernent l'industrie, font en sorte que les entreprises de développement de jeux vidéo sont des entreprises pour lesquelles l'« innovation créative » en matière éditoriale¹⁰¹ s'avère une réalité effective.

¹⁰¹ Par opposition aux innovations technologiques, les innovations éditoriales « concernent la création d'un nouveau concept de jeu, c'est-à-dire les règles du jeu, les scénarios, les personnages et les environnements

En effet, l'environnement concurrentiel de l'industrie est marqué par des cycles technologiques très courts, qui se traduisent par le renouvellement complet des consoles de jeux après une période de tout au plus six ans (Justino, 2006). Une course effrénée à l'évolution technologique repousse ainsi toujours plus loin les capacités et la complexité des consoles (graphismes 3D toujours plus réalistes¹⁰², etc.), mais pèse également sur la durée de vie des produits: on estime que la majorité des jeux vidéo actuellement sur le marché ont moins de 2 ans d'ancienneté. Sachant que les jeux sur console représentent les deux-tiers du marché actuel, on comprend que l'innovation régulière soit une nécessité vitale pour les acteurs de l'industrie.

Cet impératif d'innovation créative s'avère d'autant plus que, à l'instar des industries culturelles du long métrage et du disque notamment (Benhamou, 2001), l'industrie du jeu vidéo doit composer avec une demande incertaine et qui varie fortement. En conséquence, la performance commerciale des produits (et des entreprises) est très aléatoire (80% des ventes se réaliseraient sur 20% des jeux commercialisés) et les structures de production et de diffusion doivent disposer d'un portefeuille de projets abondant pour être en mesure de distribuer les risques financiers: « *l'incertitude quant au résultat se traduit par une nécessaire surabondance de projets par rapport aux besoins du marché* » (Paris, 2007: 10).

La question de l'industrie du jeu vidéo comme nouvel espace de création et d'innovation fait toutefois débat chez les spécialistes; certaines analyses tendant à montrer un appauvrissement des scénarii et des modèles de simulation des jeux vidéo depuis les années 1980: « *l'aspiration à tester, inventer et à créer des ruptures de style ou de formes s'est amoindrie* » (Rouet, 2009: 1). Cela se comprend en partie du fait que, loin de l'image d'Épinal du jeu d'arcade bricolé dans le garage d'un passionné de l'informatique à l'esprit un peu loufoque ou rebelle, l'industrie des jeux vidéo est devenue un marché de masse et les budgets qui leur sont consacrés sont en conséquence. L'apparition de chaque nouvelle génération de console s'est en outre traduite par une hausse substantielle des budgets de

du jeu. Le concept du jeu peut très peu évoluer entre les différentes versions, avec juste une évolution du scénario et de quelques éléments du jeu. Cependant lorsque le studio change de genre et invente un concept de jeu entièrement nouveau, on est en situation d'innovation éditoriale plus radicale » (Parmentier et Picq, 2006: 4).

¹⁰² Deuze, Bowen Martin et Allen (2007), prolongeant les observations de Dovey et Kennedy (2006), attribuent d'ailleurs à la forte intensité technologique de l'industrie la propension des créateurs de jeux à se tourner vers une esthétique réaliste-naturaliste pour la création d'environnement virtuel immersif. Selon ces auteurs, il faudrait y voir un élément central de la construction identitaire de ces professionnels (Deuze et al., 2007 : 338).

développement des jeux. Ces budgets peuvent atteindre aujourd'hui de 15 à 30 millions pour un titre à potentiel AAA (vente de plus d'un million d'unités) et de 5 à 20 millions de dollars pour les autres titres développés sur console. Le développement de ces jeux s'échelonne en moyenne sur une période de 9 à 24 mois et peut mobiliser près d'une centaine de personnes (Secor Conseil, 2008).

Dans ce paysage économique contraignant et face à l'énormité des moyens à mettre en œuvre pour réaliser et commercialiser des jeux vidéo, la recherche de rentabilité incite l'industrie à miser principalement sur des succès commerciaux de grande envergure. Délaissant les projets de création originale, l'industrie se tourne vers le lucratif marché des titres de jeux « sous licences », capitalise sur les valeurs sûres et prend moins de risques créatifs (Secor Conseil, 2003 ; Johns, 2006). Au-delà du constat d'une production plus consensuelle, moins audacieuse, que ce qu'elle a pu être jadis, discuter la qualité créative ou esthétique des produits de l'industrie du jeu vidéo est cependant un exercice éminemment risqué : quelles sont les caractéristiques et les composantes de la créativité vidéoludique ; la pertinence et la validité des instruments de mesure utilisés ? Doit-on s'en remettre à l'évaluation subjective de « spécialistes » et autres experts patentés ?

En tout état de fait, le débat sur la composante « créative » de cette industrie ne peut faire l'impasse sur l'importance numéraire et la croissance soutenue des postes rattachés à une activité artistique. L'industrie du jeu vidéo regroupe en effet plusieurs types d'emploi où la création occupe une place déterminante et pour lesquels un bagage de connaissances artistiques se révèle bien souvent nécessaire à la maîtrise de compétences particulières : composition visuelle, conception graphique, création de scénario-maquette, etc. Selon une étude réalisée en 2003 pour le compte d'Emploi-Québec, c'est environ 60% des ressources humaines impliquées dans le développement de jeux électroniques qui présentent un profil artistique (TECHNOCompétences, 2003).

Ces données, qui prévalaient au démarrage de l'enquête, varient sensiblement d'une année à l'autre et d'une étude à l'autre. Les chiffres s'accordent néanmoins sur la part significative, sinon majoritaire, des effectifs « créatifs » à l'emploi des entreprises de développement. En raison de la nature des compétences exigées, les activités productives empruntent ainsi à plusieurs modèles industriels (industries de la culture, industries des loisirs, industries des TI) et sont à l'intersection de deux grands « mondes » de production (l'art et l'économie), qu'il n'y a pas si longtemps encore l'on posait comme antinomiques (Bourdieu, 1992). Apparaît de ce fait une double tension constitutive au travail de création artistique dans les

industries technocréatives, alors que doivent se marier habileté expressive et compétence technique (ou technologique), mais aussi finalité esthétique (ou artistique) et finalité utilitaire (ou économique) (Christopherson, 2004: 543-544).

L'expansion que connaît l'industrie du jeu vidéo laisse présager une demande toujours plus forte pour ce type de main-d'œuvre spécialisée, qui combine à la fois compétences techniques et artistiques. Au Québec, le taux de croissance annuel moyen des emplois artistiques pour les années 2005 et 2007 aurait été dans ce secteur de 32%, contre 26% pour l'ensemble des profils d'emplois (TECHNOCompétences, 2007). Dans la province québécoise comme dans d'autres pôles régionaux de production, l'industrie du jeu vidéo est à la recherche de compétences diversifiées (artistiques et techniques), qualifiées (les compétences requises ne sont pas génériques et répandues) et rares (d'autant plus que les institutions de formation à ces métiers étaient inexistantes jusqu'à ces dernières décennies, et encore très peu développées au Québec au moment de démarrer l'enquête de terrain).

Reprenant en écho les analyses évoquées au chapitre précédent, il est donc permis de croire que l'essor de l'industrie du jeu vidéo au Québec, comme ailleurs, offre aux acteurs de la création numérique dite artistique de nouveaux débouchés d'emploi, soit dans la perspective d'une pratique complémentaire (alimentaire), soit pour mener une carrière mixte, à la fois dans les « mondes » de l'art et de l'industrie, soit encore pour y exercer un métier à vocation créative dans un environnement où la légitimité est avant toute commerciale. Si des conditions d'emploi et de productions apparentées (centrées sur l'« innovation créative », une « logique par projets »...), ainsi que la proximité géographique de bassins d'emplois connexes ou apparentés peuvent favoriser ces « passages », il est légitime de penser que le flou des contours des métiers du *game design* et l'indétermination de ces nouvelles « occupations » puissent également jouer en leur faveur: au moment de l'enquête, aucun diplôme n'est nécessaire au Québec pour pénétrer sur le marché de l'emploi du *game design* et les postes ne sont pas subordonnés à la détention de tel ou tel titre (TECHNOCompétences, 2007).

Par conséquent, l'industrie du jeu électronique se prête particulièrement bien à ces analyses en termes de « système local de compétences » (Zuliani et Grossetti, 2005) évoquées au chapitre précédent, qui interrogent la constitution à l'échelle urbaine d'un espace productif qui « fait système » non pas autour d'un type de produit (logique sectorielle), mais autour d'un certain type de compétences transverses, en définitive un marché local du travail. Suivant les hypothèses de l'économie de l'innovation, la mobilité professionnelle sur les

marchés locaux du travail de création serait en outre un vecteur important d'externalités technologiques, favorisant de ce fait l'essor et la vitalité de l'industrie locale du numérique.

Une industrie géographiquement concentrée

La pertinence théorique de considérer l'industrie du jeu vidéo tient enfin au fait que cette industrie pousse à son paroxysme ce que certains chercheurs ont appelé le « paradoxe de la localisation », à savoir que, malgré le contexte de la mondialisation des marchés et de l'économie, les activités les plus innovantes tendent à se polariser en certaines aires géographiques (Porter, 1998: 236-237). En effet, l'industrie du jeu électronique s'offre de prime abord comme l'archétype de l'« industrie globale », aux pratiques et au contenu « extra-territoriaux » (Kline, Dyer-Witheford et De Peuter, 2003)¹⁰³. Ce caractère « extra-territorial » ou « a-territorial » de la production tient à deux éléments principaux, sur lesquels il mérite de s'attarder pour soupeser l'ampleur du « paradoxe » dont il est ici question.

Primo, le jeu vidéo possède les caractéristiques d'un produit culturel générique, ce qui en fait, par définition, un produit relativement peu marqué culturellement par le lieu géographique de production. La structuration de l'offre industrielle serait d'ailleurs fonction d'une segmentation spatiale du marché en trois grandes « aires » géographiques : l'Amérique du Nord, l'Europe occidentale et l'Asie pacifique (Johns, 2006: 173). Le marché de l'Asie pacifique apparaît le plus culturellement différencié de ces trois marchés; les marchés de l'Amérique du Nord et de l'Europe occidentale tendant pour leur part à progressivement se confondre, en raison de leur proximité culturelle et suite aux importants mouvements de consolidation qui affectent l'industrie. En tout état de fait, le marché des sociétés d'éditions et de développement de jeux vidéo « *ne se définit qu'à l'échelle internationale [...] il est quasi impossible de concevoir un jeu vidéo de qualité destiné strictement au marché local.* » (Secor Conseil, 2008: ii).

¹⁰³ Pour Kline, Dyer-Witheford et Peuter, les jeux vidéo pour console et ordinateur constituent le produit exemplaire (« *ideal commodities* ») d'un nouvel état du capitalisme mondial, généré par l'essor de la « société de l'information » (2003: 60). Dès 1996, Nicholas Garnham suggérait que les compagnies de jeux étaient « the first [...] to have created a successful and global multimedia product market » (cité dans: Dyer-Witheford et Sharman, 2005: 90). De façon générale, l'économie politique insiste sur les effets déstructurant du « système transnational » et de ses agents dominants sur les flux transnationaux (de biens, de capitaux). Un examen plus détaillé de la chaîne de valeur de l'industrie force à nuancer quelque peu cette lecture: si l'industrie des équipementiers (consoles, micro-ordinateurs, manettes, etc.) est effectivement une industrie mondialisée, il n'en va pas (encore?) de même pour l'industrie du logiciel qui dessert un marché mondial relativement moins homogène, comme le montre la comparaison des titres les plus vendus aux États-Unis, en Angleterre et au Japon au cours de la même année (Johns, 2006: 173-174).

Secundo, la délocalisation économique a gagné, aussi, l'industrie du jeu électronique. On observe en effet ces dernières années une tendance lourde au transfert d'activités traditionnellement faites en Amérique du Nord, en Europe de l'Ouest (France et Royaume-Uni) ou au Japon vers de nouveaux centres de production à coûts plus faibles, en particulier la Chine, l'Inde, l'Europe de l'Est et l'Amérique latine (Argentine, Brésil...). Ce mouvement de migration se traduit notamment par une dispersion des unités de production dans la majorité des pays industrialisés du monde, y compris dans plusieurs pays émergents. À l'exception de la Chine, qui bénéficie d'un important marché local compte tenu de la culture du jeu de la population chinoise, ces nouvelles zones de production doivent principalement leur émergence à la sous-traitance étrangère (Secor Conseil, 2008). L'impartition ou la mise en sous-traitance de services à l'étranger n'est cependant pas la seule stratégie de délocalisation des firmes. De manière croissante, celles-ci opteraient en effet pour l'ouverture de leur propre studio à l'étranger. Au Québec, par exemple, c'est le cas de la firme montréalaise Artificial Mind & Movement, qui a ouvert tout dernièrement un studio en Argentine après avoir tenté l'expérience une première fois à Hong Kong. En somme, comme le résumait Mark Deuze, Chase Bowen Martin et Christian Allen:

Gameworkers today are part of multimillion dollar corporate business, a global hybrid industry (intermixing element from East and West, from art and programming, from cultural and business interests), and a transnational production networks serving « global » audiences (Consalvo, 2006; Johns, 2006; Kerr (2006). (Deuze, Martin et Allen, 2007: 336).

Or, en dépit de ce marché « global » et des mouvements de délocalisation qui redessinent la géographie de la production, l'industrie du jeu vidéo fait montre depuis ses origines d'une forte propension à se concentrer en certains « pôles » de développement, contribuant de la sorte à façonner ce que d'aucuns reconnaissent aujourd'hui comme une « nouvelle division internationale du travail » entre pays riches (focalisés sur les activités de conception et de commercialisation), et pays pauvres (vers lesquels se fait l'externalisation des activités de fabrication)¹⁰⁴. Cela se vérifie à l'échelle des pays, provinces ou état, alors que le Japon, les États-Unis (Californie, État de Washington), la Corée du Sud, le Royaume-Uni, le Canada (Québec, Colombie-Britannique), la Chine, l'Inde, la France, la Scandinavie et l'Australie

¹⁰⁴ D'ailleurs, l'établissement ou le transfert de certaines activités liées à la production de jeux vidéo dans des pays à bas salaires aurait globalement favorisé ces dernières années des opérations successives de recentrage des entreprises autour de leurs compétences de base et du cœur de leur « métier » (*core business* en anglais). Certains auteurs avancent que c'est jusqu'à 60% des studios qui, désormais, externalisent une partie de leurs activités pour se recentrer sur leurs compétences de base (Deuze, Martin et Allen, 2007).

forment à l'heure actuelle une douzaine de régions qui, seules, peuvent être qualifiées de réels pôles de développement, tenant compte de la taille de l'industrie locale (mesurée à partir du nombre d'emplois directement liés aux activités de développement) (Secor Conseil, 2008: 17).

Cette concentration géographique des activités productives liées à la conception est plus frappante encore à l'échelle des agglomérations urbaines. Les studios de développement tendent en effet à se concentrer dans les centres urbains, en particulier les plus grands d'entre eux : Tokyo pour le Japon, Seattle pour l'État de Washington, le *Bay Area* et Los Angeles pour la Californie, Paris et Lyon pour la France, etc. La situation s'observe pareillement au Canada, où Vancouver et Montréal siègent respectivement en première et seconde position des pôles de production pouvant aspirer au titre de capitale canadienne du jeu vidéo.

La configuration industrielle semble donc en définitive soutenir empiriquement la thèse de l'agglomération et de la polarisation des activités de création et d'innovation ; l'ouverture sur des réseaux internationaux apparaissant avoir un impact somme toute secondaire sur l'organisation spatiale (urbaine) des dynamiques productives. Le caractère « extra-territorial » ou « a-territorial » de cette industrie permet néanmoins d'ores et déjà de postuler une relation au territoire qui sera plus lâche et un branchement sur les réseaux internationaux plus importants que ce qui a pu être constaté pour d'autres formes de systèmes productifs localisés. Dans tous les cas, la logique de distribution spatiale des activités autorise une réflexion sur la complexité des rapports au lieu géographique même de la production et questionne directement le rôle joué par la présence d'actifs et d'activités culturels dans la constitution d'une offre territoriale attractive et performante en contexte d'« économie créative ».

Une industrie relativement peu étudiée

La motivation décisive à considérer l'industrie du jeu vidéo et son personnel « créatif » tient toutefois au fait que cette industrie, aussi emblématique ou paradigmatique soit-elle d'un nouveau régime « post » ou « néo-industriel » de l'économie des villes, a été très peu étudiée, *a fortiori* dans l'objectif d'éclairer les dynamiques spatiales et plus spécifiquement territoriales de l'économie créative. Au milieu des années 2000, les chercheurs qui s'y intéressent déplorent la quasi-absence d'études universitaires empiriques portant sur cette industrie et son personnel « créatif » (Simon, 2002; Kerr, 2006; Tschang et Szczypula, 2006; Deuze, Martin et Allen, 2007; Pilon, 2007). La très grande majorité des études sont produites

ou commanditées par des organismes publics et associatifs, et prennent la forme typique de l'étude de marché, de l'étude de balisage ou autre étude de positionnement. Dans le monde académique, c'est principalement l'implication sociale des pratiques vidéoludiques (en particulier les effets psychologiques en termes d'addiction, de déréalisation ou d'influence sur les comportements violents), les propriétés « sémiotiques » du nouveau médium ou, encore, ses possibles usages en matière de pédagogie qui retiennent l'attention (Rueff, 2008).

Un nombre restreint de chercheurs soulèvent des enjeux plus proprement industriels. L'industrie du jeu électronique est alors posée en exemple emblématique des évolutions contemporaines du modèle productif (impératif d'innovation, flexibilité de la main-d'œuvre et de l'organisation du travail, travail collaboratif, etc.) et il s'agit, à partir de cet exemple, de penser dans une perspective essentiellement managériale les cadres, les processus et les structures qui « organisent » au mieux le travail de création dans un environnement industriel et marchand (Autier et Picq, 2002 ; Simon, 2002 ; Cadin et Guerin, 2006; Cohendet et Simon, 2007, 2008; Pilon, 2007). La relation au territoire, lorsqu'elle figure au nombre des préoccupations, demeure dans cet esprit abordée de manière périphérique. L'« Analyse culturelle du développement du jeu électronique à Montréal » à laquelle s'est attelée Sylvianne Pilon (2007) constitue à cet égard une exception notable, sur laquelle il mérite de s'attarder en raison de la parenté étroite du terrain d'enquête.

Dans le cadre d'une thèse doctorale en administration, Sylvianne Pilon se propose d'examiner le rôle de la culture (au sens anthropologique) des régions urbaines et, plus largement, de la « société locale », dans la genèse et l'évolution des districts industriels. L'étude s'appuie essentiellement sur les témoignages d'une vingtaine d'acteurs de l'industrie locale du jeu électronique, localisés pour les uns à Los Angeles et, pour les autres, à Montréal (pour ce dernier site, 24 entretiens ont été réalisés auprès du personnel de direction de 12 entreprises et de 4 institutions). À partir d'un relevé du contenu explicite des discours recueillis, Pilon s'autorise à dégager une série de facteurs idiosyncrasiques d'ordre économique, institutionnel et plus proprement culturel qui, selon elle, auraient permis l'émergence puis le développement d'un « district » montréalais du jeu électronique. Parmi ces facteurs : l'entrepreneuriat local (une « culture de patenteux »), l'infrastructure institutionnelle (en particulier, le rôle d'embrayage joué par l'Office national du film du Canada) et des politiques d'aides fiscales du gouvernement québécois.

Pour Pilon, ces éléments sont toutefois plus largement redevables d'une « *culture d'affirmation de la société québécoise dans les domaines de l'économie et des affaires* », culture d'affirmation qu'elle ne manque pas d'associer à ce que d'autres ont baptisé la « Révolution Tranquille »¹⁰⁵. Tout cela l'amène à conclure, un peu vite et sans grande surprise, que l'industrie montréalaise du jeu électronique est en partie un produit de la culture de la société québécoise (peut-on dire le contraire?). D'autres affirmations étonnent davantage, notamment lorsque l'auteure emprunte à la réflexion de J-P. Dupuis (2007) pour soutenir le fait que la société québécoise est une société « tolérante » et « ouverte » en raison de la persistance de valeurs et de comportements associés aux sociétés minoritaires. Ces traits de culture « minoritaire » expliqueraient, selon elle, la forte concentration de « main-d'œuvre créative » qu'a pu observer Richard Florida à Montréal (Stolarick et Florida, 2006) et, partant, conforteraient les hypothèses qu'il défend (Pilon, 2007: 330).

En regard de la perspective qu'elle fait sienne, il y a peut-être surtout lieu de déplorer l'impasse faite sur la culture du jeu au Québec (jeu de table, jeu de rôle sur plateau, jeu de rôle grandeur nature) et de ses promoteurs. En effet, dès mes premières prises de contact avec le terrain d'enquête, j'ai été à même de constater que bon nombre de pionniers du jeu vidéo au Québec avaient préalablement évolué de manière professionnelle ou semi-professionnelle dans ces différents univers de la création ludique. En conséquence, il y a fort à parier que cela ait eu une incidence sur la genèse et l'évolution subséquente de l'industrie montréalaise du jeu électronique ; l'hypothèse, du moins, mériterait d'être vérifiée. Une seconde dimension absente de l'« analyse culturelle du développement du jeu électronique à Montréal » menée par Pilon est celle des enjeux relatifs à la protection de la propriété industrielle et intellectuelle. Tel qu'on le verra au chapitre précédent, ces enjeux pèsent lourdement sur l'industrie du jeu vidéo, au point, semble-t-il, d'affecter la structure locale des réseaux sociaux de coopération productive hors marché. Enfin, on regrettera le peu d'appui empirique fourni aux assertions concernant le rôle joué par la présence d'un large bassin de main-d'œuvre et de compétences artistiques. En conclusion générale, Pilon affirme en effet:

¹⁰⁵ Ce qu'on appelle communément la « Révolution tranquille » désigne une période de changements rapides vécue par le Québec entre 1960 et 1970. Elle se caractérise entre autres par l'affirmation de la séparation de l'Église catholique et de l'État, la proclamation de l'État-providence comme outil de développement et la construction d'une nouvelle identité nationale québécoise, qui s'écarte du nationalisme traditionnel canadien-français. L'expression est la traduction française de la formule « Quiet revolution », inventée par un journaliste anonyme du *Globe and Mail*, un quotidien torontois, peu de temps après la défaite de l'Union nationale en 1960 et la victoire du Parti libéral du Québec de Jean Lesage.

L'agglomération régionale de la main-d'œuvre dans les domaines des arts et de la technologie, l'agglomération régionale d'industries complémentaires et les externalités institutionnelles ont contribué à la formation et à l'évolution des districts de jeu électronique à Montréal et Los Angeles (Pilon, 2007: 343).

Toutefois, très peu est dit sur ces relations potentiellement positives à Montréal comme ailleurs entre les « domaines des arts et de la technologie », les acteurs concernés, aussi bien que les conditions concrètes des transferts (de main-d'œuvre, de compétences...) du pôle artistique au pôle commercial de la création (et vice-versa) sur le bassin d'activité.

Du côté de la recherche en économie et géographie urbaines, l'engouement à partir de la fin des années 1990 pour l'objet « multimédia » ou « nouveaux médias » semble avoir fait en sorte que les sous-domaines qui le composent, pris isolément aux fins d'une analyse sectorielle fine et/ou considérés dans une perspective comparative, ont reçu relativement peu d'attention de la part des chercheurs, indépendamment des différentes approches disciplinaires privilégiées. En fait, si le secteur du jeu vidéo est celui qui, par son produit, se rapproche pour l'instant le mieux de la définition officielle du multimédia (Bellavance et Fourmentraux, 2003), c'est aussi celui qui, paradoxalement, semble avoir été le moins investigué par la recherche, en dépit des initiatives multiples visant à cerner l'identité du secteur du multimédia et les pratiques qui s'y rattachent. Les travaux de Yuko Aoyama et Hiro Izushi (2003, 2004; 2006) sur les conditions d'émergence de l'industrie du jeu vidéo au Japon, aux États-Unis et au Royaume-Uni constituent en ce sens une rare exception.

Aoyama et Izushi interrogent de manière générale le rôle joué par la configuration industrielle nationale dans la genèse, puis l'évolution que suivra l'industrie internationale du jeu vidéo. Leur intérêt porte plus particulièrement sur les conditions et les mécanismes par lesquels l'industrie naissante a pu puiser à même un bassin de ressources humaines créatives préexistantes qui, en retour, façonnera les contours de cette industrie. Les chercheurs constatent d'importantes variations entre les contextes nationaux. Entre autres, le poids déterminant de l'industrie du film d'animation et de la bande-dessinée sur la structuration de l'industrie japonaise ne s'observe ni aux États-Unis ni au Royaume-Uni, où l'industrie s'appuie à ses débuts sur d'autres traditions (respectivement, celle de l'ordinateur personnel et du jeu d'arcade et celle du « bedroom coders »). Les auteurs attribuent cette dissimilitude des trajectoires d'émergence à une série de variables « contextuelles »: (1) le degré de proximité socio-économique, mais aussi socioculturelle entre les activités existantes et celles en émergence; (2) le niveau de maturité des industries déjà présentes sur le territoire, ainsi que la légitimité ou la reconnaissance sociale des activités qui y sont liées; (3) les besoins spécifiques de l'industrie du jeu vidéo aux différents stades technologiques de son

développement. Pour Aoyama et Izushi, c'est donc une imbrication de facteurs économiques, sociaux et technologiques qui conditionnent le transfert intersectoriel de ressources créatives préexistantes vers l'industrie émergente du jeu vidéo. Si l'analyse ne descend pas au niveau micro ou individuel, ces observations sont particulièrement d'intérêt pour appréhender les conditions de la mobilité intersectorielle des personnes sur les marchés locaux du travail de création. En effet, laissant entendre que la seule proximité géographique de secteurs d'activités connexes ou apparentés ne peut suffire à garantir les « passages » d'un secteur ou d'une sphère d'activité à l'autre, elles posent le cadre d'une réflexion exploratoire : les mouvements intersectoriels repérables sur les marchés métropolitains du travail obéissent-ils prioritairement à des logiques de proximité technologique, économique, géographique (urbaine), sociale ou culturelle ?

L'espace de la recherche

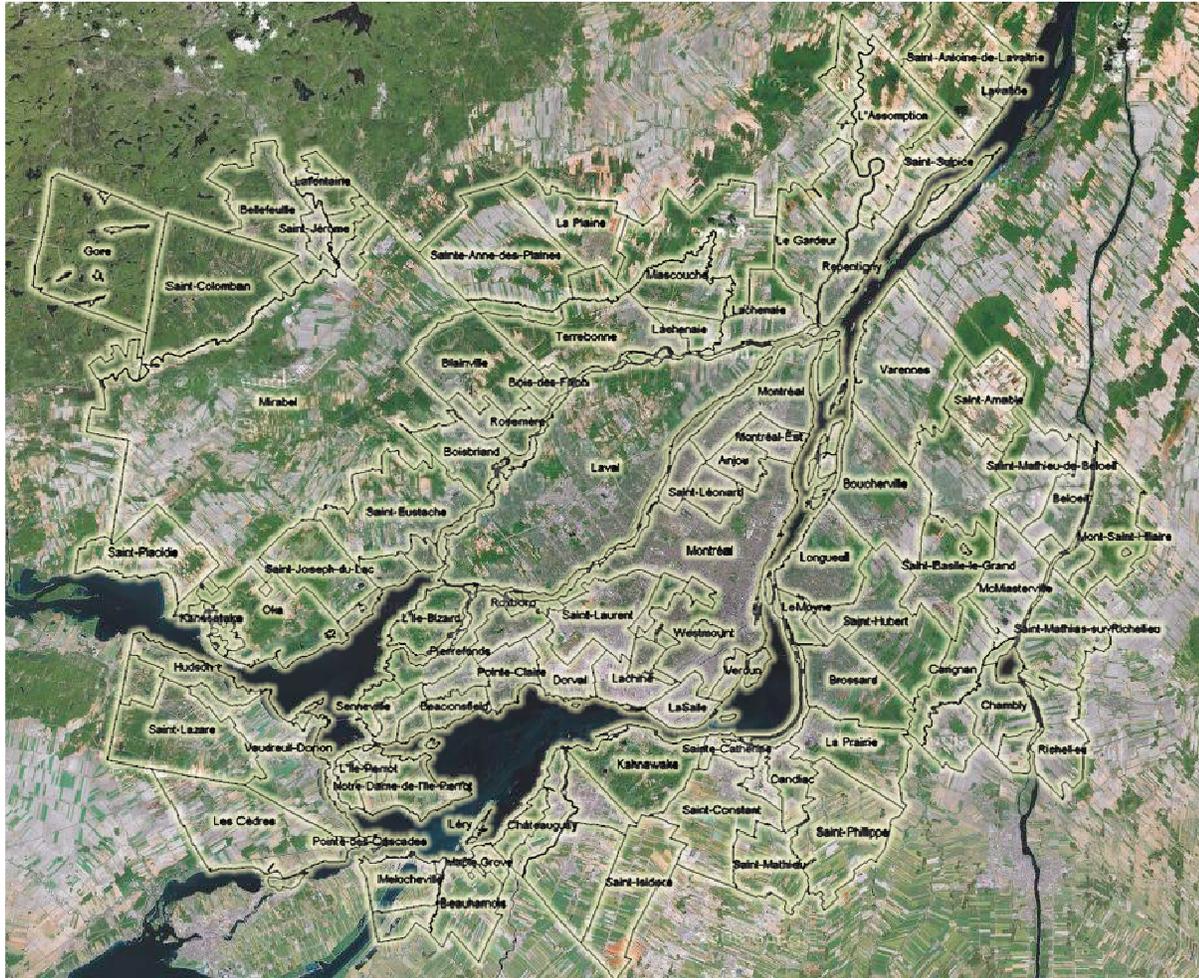
La Région Métropolitaine de Recensement (RMR) de Montréal, telle que définie dans la classification géographique type de Statistique Canada, constitue le périmètre géographique de la recherche. Outre l'avantage indéniable de son accessibilité, le choix de la RMR de Montréal comme terrain d'enquête se justifie par trois éléments principaux: 1/ la couverture géographique qu'elle permet des bassins de vie et de travail, alors que les RMR englobent par définition la principale zone du marché du travail d'un noyau urbanisé et des secteurs urbains et ruraux voisins qui en dépendent; 2/ la forte densité d'entreprises montréalaises directement actives dans le développement commercial de jeux électroniques, couplée au poids démographique relativement élevé à l'échelle canadienne de la population d'artistes professionnels résidants à Montréal; 3/ les orientations générales des projets et des plans de développement économique adoptés depuis le début des années 2000 par la Ville de Montréal et la Communauté métropolitaine de Montréal qui, truffés d'emprunts aux concepts et aux thèses de Richard Florida, misent largement sur la créativité, les arts et la culture pour renforcer la compétitivité et l'attractivité du Montréal métropolitain.

Montréal en quelques chiffres

Selon les données censitaires sur la population du Canada en 2006, la RMR de Montréal occupe la seconde position dans la hiérarchie urbaine canadienne du poids démographique. Avec ses 3,6 millions d'habitants répartis sur plus de 4 000 kilomètres carrés (4 047,3 km²), elle se situe à distance égale de la RMR de Toronto, première grande région urbaine au Canada, et de celle de Vancouver. La municipalité centrale de la RMR de Montréal, c.-à-d. la

municipalité de Montréal, située sur l'île de Montréal, arrive également au second rang des municipalités canadiennes les plus peuplées (1 620 693 d'habitants, contre 2 503 281 pour la municipalité de Toronto).

Carte 1. RMR de Montréal et municipalité (2001)



Source : adapté d'une image tirée de Google Maps (maps.google.com).

Montréal se distingue en outre par le fait d'occuper le second rang des agglomérations internationales de langue française (tenant compte de la proportion d'habitants ayant le français comme langue maternelle) et la seule d'importance à ce chapitre en Amérique du Nord. Environ 52,4 % de la population de la ville est francophone (de culture et de langue française), environ 32,4 % sont Néo-Canadiens et/ou Néo-Québécois (de culture et de langue autre que française et anglaise), tandis que 12,5 % sont anglophones (de culture et de langue anglaise). On estime à 53,8 % le pourcentage de la population apte à soutenir une conversation en anglais et en français (Statistique Canada, 2007).

Multiethnique et plurilingue, Montréal constitue également un centre majeur de la culture au Québec et au Canada. Statistique Canada considère que la RMR de Montréal joue à l'échelle canadienne un rôle de « super grappe culturelle urbaine », en vertu de la concentration des industries, entreprises, organismes, employés, étudiants et diplômés du secteur culturel qu'on y trouve. D'après les données fédérales du recensement de 2001, Montréal est aussi la région géographique qui compte les professions culturelles les plus diversifiées, suivie de près par Winnipeg, Hamilton, Toronto et Vancouver (Schimpft et Sereda, 2007). Une étude conduite sur la base de ces mêmes données classe Montréal au premier rang des aires urbaines canadiennes présentant le plus grand nombre de « quartiers artistiques », c.-à-d. le plus grand nombre de zones postales où se concentre la plus forte population d'artistes professionnels par rapport à la population totale résidente (Hill Stratégies, 2005). Le secteur des arts numériques à Montréal compterait à lui seul entre 1 200 à 1 500 artistes (Montréal International, 2005).

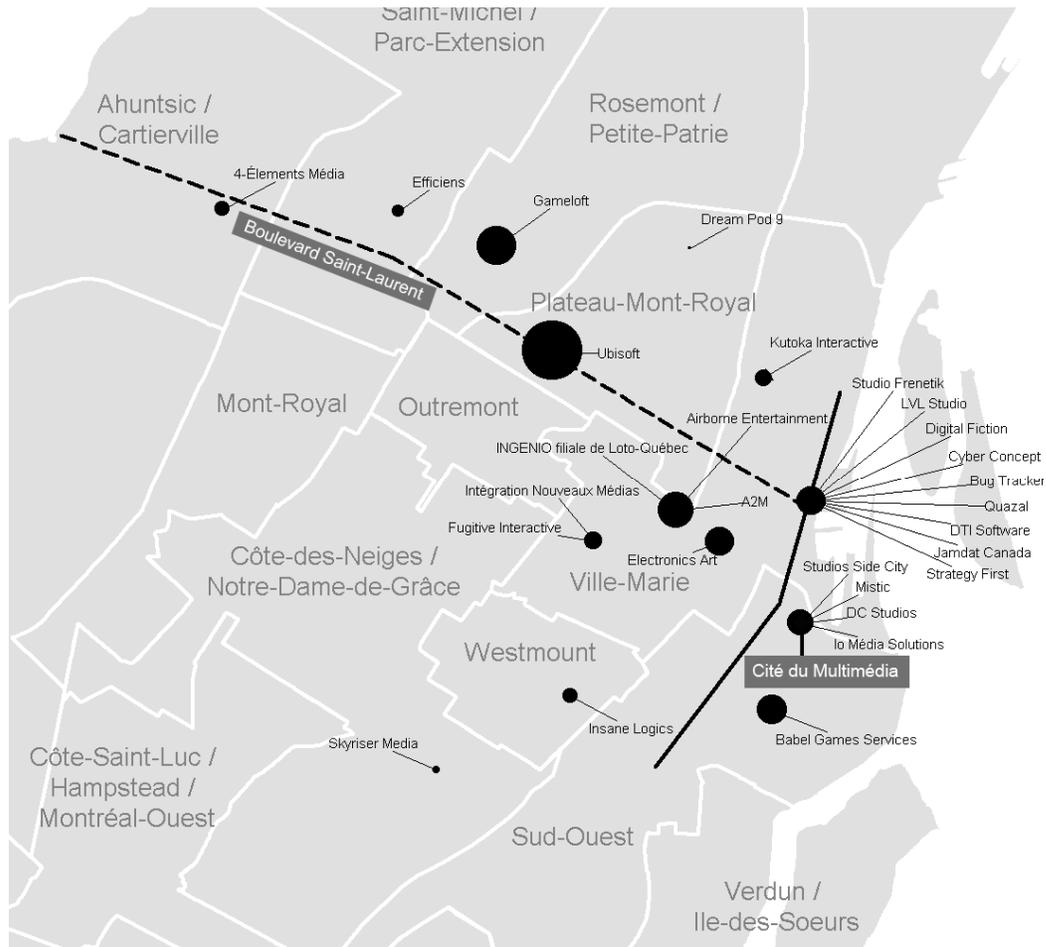
Cette concentration de professionnels des arts à Montréal se traduit par la contiguïté spatiale au cœur de l'agglomération urbaine d'entreprises appartenant à l'un ou l'autre des deux « pôles », artistique et commercial, de la création numérique. À l'instar des artistes, des organismes et des manifestations artistiques ou culturelles, les entreprises de services informatiques et du multimédia (design graphique, imagerie numérique, production de vidéo, etc.) tendent en effet à se concentrer fortement dans le noyau urbain central, et plus particulièrement le long du boulevard St-Laurent, surnommé le « Carrefour culturel du multimédia » (Anctil, 2002). Cette concentration de services informatiques et du multimédia est la plus forte observée au Québec. De façon similaire à la distribution géographique des ateliers d'artistes sur l'agglomération montréalaise (c.f.: Bellavance et Latouche, 2008), elle marque la persistance de formes urbaines anciennes:

[...] l'élan présent dans ce secteur économique d'avant-garde reproduit, à peu de différences près, le modèle en forme de « T inversé » qu'avait adopté un siècle plus tôt l'industrie manufacturière alors naissante du vêtement et de la fourrure. Le multimédia s'étend en effet aujourd'hui géographiquement le long d'un axe est-ouest de l'avenue Atwater à la rue Papineau, incluant le Vieux-Montréal, et du nord au sud en empruntant l'axe traditionnel du boulevard Saint-Laurent. Pour l'essentiel, il s'agit donc d'une reprise en main, dans des conditions de production tout à fait différentes, des équipements et des milieux sociaux qui avaient abrité la première grande poussée industrielle à Montréal (Anctil, 2002: 97).

Pour les nouveaux industriels du multimédia, la reprise des espaces laissés vacants par le départ des industries manufacturières de la période antérieure offrirait les mêmes avantages que ceux recherchés par les professionnels des arts: des espaces vastes et peu coûteux,

facilement aménageables en fonction des besoins, et localisés dans un environnement urbain dense, caractérisé par la mixité fonctionnelle (habitat, commerce, loisir) (Ancil, 2002). La carte ci-après montre que la répartition spatiale des activités industrielles de conception en jeu vidéo tend à épouser, en 2005, un même patron de localisation¹⁰⁶.

Carte 2. Axes et pôles de localisation des activités, Montréal (2005)



Source : auteur.

¹⁰⁶ La taille des points est proportionnelle à l'importance de l'effectif des travailleurs. Cette cartographie ne prétend ni recenser de manière exhaustive les studios de jeux vidéo, ni refléter de manière exacte la distribution des travailleurs selon les « pôles » d'emploi dans ce secteur d'activité, mais plutôt indiquer la tendance générale. Elle s'appuie sur des données de 2005 tirées principalement de deux documents: 1/ L'emploi dans l'industrie du jeu électronique au Québec (TECHNOCompétences, Montréal, avril 2007 : 7) ; 2/ le Guide de l'industrie. Multimédia et nouveaux médias, édition 2005/2006 (Le Groupe Électrogène inc., 2005). La consultation de divers sites Internet, notamment ceux des entreprises, a permis d'ajouter à l'information. On notera la portion relativement faible de studios de développement localisés dans la Cité du Multimédia. Aux dires des entrepreneurs rencontrés, deux principaux facteurs expliquent la situation : d'une part, la disponibilité ailleurs sur le territoire montréalais d'espaces locatifs présentant des avantages équivalents mais à des prix plus compétitifs, d'autre part la volonté de se prévenir contre le maraudage d'employés. Ce dernier enjeu s'est avéré un enjeu fort au sein du secteur et j'aurai l'occasion d'y revenir.

Mais Montréal c'est aussi une ville-région qui, après une longue période de stagnation/déclin économique amorcée dans les années 1970, espère avidement un passage vers la « nouvelle économie ». La région de Montréal n'a en effet pas échappé au profond mouvement de restructuration industrielle qui s'observe dans le dernier tiers du 20^e siècle, tant en Europe occidentale qu'en Amérique du Nord¹⁰⁷. Jusque dans les années 1980, l'économie traditionnellement manufacturière de la ville (vêtements et textiles, produits métalliques, meubles...) périclité, puis cède progressivement le pas à des activités à plus forte valeur ajoutée (Trottier, 1997). L'économie de la RMR devient alors principalement axée sur le secteur tertiaire, notamment le commerce de détail et de gros, l'hébergement et la restauration. Depuis les années 1990, en particulier, le redéploiement économique du territoire prend également appui sur des secteurs communément associés à ladite « économie du savoir » ou « nouvelle économie » : l'aérospatiale, les sciences de la vie (la biopharmaceutique), les technologies de l'information et des communications, ainsi que l'industrie de la culture et du divertissement, notamment les jeux vidéo et le cinéma numérique. Au tournant des années 2000, bien que le secteur manufacturier montréalais demeure important (et significativement plus important que dans des métropoles de taille comparable), l'augmentation substantielle de l'emploi dans les secteurs à haute teneur en savoir et en intensité technologique laisse présager une structure économique en pleine reconversion (entre autres : Fontan, Klein et Tremblay (2005) ; Klein, Manzagol, Tremblay et Rousseau (2005)).

C'est ainsi sans grande surprise que le Sommet de Montréal de 2002 entérinera un vaste exercice de repositionnement stratégique du Montréal métropolitain dans cette « nouvelle économie ». Tenant compte de la grande vitalité des activités et des industries culturelles à Montréal, d'une part, et fort du succès remporté par la théorie de la « montée de la classe créative » de Richard Florida, d'autre part, des promoteurs du développement local et des *leaders* culturels locaux s'entendent pour mettre les arts et la culture au cœur de nouvelles stratégies de développement économique ou, tout au moins — ne poussons pas la présomption trop loin — au centre d'une réflexion à la fois théorique et pratique sur l'orientation et les grands enjeux du Montréal de demain.

¹⁰⁷ Une imbrication de facteurs explique sans doute le déclin relatif (par rapport à Toronto, du moins) que connaîtra l'économie montréalaise à compter des années 1960-1970. On pourra ainsi y voir le résultat tout aussi « inévitable » de la Révolution Tranquille et de la montée du nationalisme québécois, qui auraient occasionné le départ d'une bonne partie de la vieille élite anglophone montréalaise sur laquelle reposait jusqu'à lors la prospérité de la ville (Polèse et Shearmur, 2004a; Polèse, 2008: 4).

C'est d'ailleurs en partenariat avec la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et Culture Montréal, une organisation indépendante et sans but lucratif, que la Ville de Montréal mandatait en 2005 la firme américaine de recherche Catalytix, créée par Richard Florida, pour réaliser une étude sur « le potentiel de créativité » de la région métropolitaine (Stolarick, Florida et Musante, 2005). Intitulée « Montréal : ville de convergences créatives : perspectives et possibilités », cette étude donne suite à une première enquête menée un an auparavant par le Comité-conseil « Montréal, ville de savoir » pour informer le plan de développement du Montréal métropolitain à l'aide des mêmes outils conceptuels. S'inscrivant dans les retombées du Sommet de Montréal de 2002, le rapport produit à cette occasion (Michaud et Tcheremenska, 2003) promeut une acception large de la notion de « ville de savoir » qui, dans les termes mêmes du directeur du Comité-conseil, Pierre Laferrière, se rapporte aussi bien au savoir technique et technologique qu' « *au potentiel de créativité qu'il y a dans une ville, à ses atouts culturels, à sa qualité de vie et à tout ce qui lui donne son caractère unique* » (cité dans : Labonté, 2004).

L'écho de ces idées se lit bientôt dans les orientations générales des plans de développement économique adoptés par la Ville et la Communauté urbaine de Montréal (notamment : CMM, 2004), mais aussi la Politique de développement culturelle de la Ville de Montréal (2005), le Plan d'action de la grappe des TIC du Montréal métropolitain (2005) ou encore, plus récemment, un mémoire produit par une Table de concertation de la Ville dont le titre est à lui seul révélateur des fonctions désormais dévolues au secteur culturel: *Les arts numériques à Montréal. Le capital de l'avenir* (Beaudoin, 2007)¹⁰⁸. Adopté à la suite du *Rendez-Vous Montréal, Métropole Culturelle* tenu à l'automne 2007, un plan d'action doit concrétiser sur un échéancier de dix ans cette vision du Montréal métropolitain (Ville de Montréal, 2007). Déjà, le talent des créateurs montréalais et la réputation de Montréal comme « ville créative » auraient été déterminants dans l'implantation de plusieurs multinationales étrangères du jeu vidéo, du moins s'il faut en croire les propos tenus aux médias locaux par les dirigeants de ces entreprises (Castonguay, 2004 ; Chrétien, 2004).

¹⁰⁸ Ce document a été produit en partenariat avec le Conseil des arts du Canada, le Conseil des arts et des lettres du Québec et le Conseil des arts de Montréal. Il peut être consulté en ligne au : http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/artsnumeriques_memoire.pdf.

Une ville vidéoludique

Hors Montréal, on trouve depuis longtemps dans la Capitale-nationale un bassin d'entreprises de développement qui, grâce à la performance de sociétés telles Sarbakan ou Beenox (acquise par le géant Activision en 2005) et à l'ouverture récente d'un studio d'Ubisoft (2005), atteint aujourd'hui une envergure mondiale. Une myriade de (petites) entreprises, disséminées à travers la province, montre également qu'il est possible de maintenir une activité prolifique à l'extérieur des grands centres urbains : Humagade à Pont-Rouge (acquise par Frima Studio en 2008), Emerging Playgrounds à Prévost, GolemLabs à Sherbrooke, ou, encore, l'entreprise Bluberi Jeux et Technologies de Drummondville (270 employés dont 110 en développement). Si une certaine décentralisation marque l'industrie québécoise du jeu vidéo, Montréal est toutefois sans conteste le centre des activités.

En 2008, l'agglomération montréalaise concentre en effet un peu plus de 80 % des emplois, au sein des principaux employeurs de l'industrie (Secor Conseil, 2008). Au moment de démarrer l'enquête de terrain, une trentaine d'entreprises montréalaises sont spécialisées en développement de jeux vidéo, tandis qu'une quarantaine se répartissent sur l'ensemble de la chaîne de valeur : développement, production, édition, commercialisation, distribution (Secor Conseil, 2003). Installées ou créées dans la métropole québécoise, plusieurs de ces sociétés sont des leaders de réputation internationale ou des développeurs intermédiaires actifs sur le marché international : Artificial Mind & Movement - A2M (Québec), DC Studios (Angleterre), Digital Fiction (Montréal), Electronic Arts (États-Unis), Jamdat Mobile (États-Unis), Microids (France), Ubisoft et sa filiale Gameloft (France), Strategy First (Montréal). Certaines entreprises ont, depuis, fermé leur porte ou fusionné (le personnel de Microid, entre autres, est transféré au studio d'Ubisoft Montréal en 2005), tandis que d'autres se sont implantées dans la métropole (Eidos Interactive, notamment, en 2007 et, tout récemment, le développeur norvégien Funcom).

À ces joueurs de premier plan, s'ajoute une constellation d'entreprises de petite et de très petite taille (moins de 10 employés en moyenne), constituant la majorité du bassin d'entreprises, mais pas des emplois : Evillusion, Fugitive Interactive, GameLogik, Insane Logics, Unlikely Games, etc. Compte tenu de la mortalité élevée des entreprises et de leur nature parfois confidentielle, il est pratiquement impossible de tenir à jour un recensement exhaustif des acteurs corporatifs actifs dans l'industrie. Néanmoins, si l'on s'en tient à la fragmentation de cette industrie selon la taille des entreprises, il est possible de dire que celle-ci présente une structure industrielle comparable à ce qui s'observe dans de nombreux

autres pôles de production matures, où quelques grosses entreprises de renommée internationale dominent un tissu de petites entreprises. En 2002, les quatre grands joueurs de l'industrie à Montréal que sont Ubisoft, A2M, Microids et Strategy First concentrent ainsi globalement plus de 75% des emplois et du chiffre d'affaires (Secor Conseil, 2003).

Une caractéristique propre à l'industrie montréalaise du jeu vidéo la démarque toutefois à l'échelle internationale et en fait un terrain d'enquête privilégié pour explorer la « dynamique territoriale » intersectorielle de l'économie créative. En effet, l'industrie du jeu vidéo à Montréal se distingue d'autres pôles de production vidéoludique par le fait d'être essentiellement une « industrie de développeurs » (Secor Conseil, 2003 ; 2008). Bien que la situation se soit modifiée ces dernières années avec l'arrivée d'entreprises actives dans des secteurs connexes aux activités de développement (en particulier, les tests et l'assurance qualité), on ne retrouve toujours pas à Montréal une représentation équilibrée de l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur de l'industrie (en ce sens, il serait d'ailleurs abusif de parler en termes d'industrie pour décrire la situation montréalaise).

Ainsi, en 2009, une très forte majorité des travailleurs de l'industrie (5183) est à l'emploi d'entreprises spécialisées en développement/création de jeux vidéo, le reste se répartissant entre les entreprises de test et d'assurance qualité (779 emplois) et les entreprises de logiciels et services de support (331 emplois) (TECHNOCompétences, 2009). Cinq ans plus tôt, au moment de démarrer l'enquête de terrain, la situation qui s'observe est déjà clairement celle d'une jeune industrie de développeurs en phase de structuration. Au classement des plus grandes villes actives dans l'industrie, la métropole se compare alors favorablement à d'autres pôles internationaux, bien qu'elle demeure en queue de peloton, loin derrière des villes comme Los Angeles ou Tokyo.

Dès 2000, le fameux magazine américain Wired reconnaît Montréal comme un pôle de production en animation et en effets spéciaux visuels pour le cinéma, la télévision ou la publicité (édition de juillet 2000). Trois ans plus tard, ce même magazine classe Montréal parmi les « points chauds » des centres de développement de l'industrie mondiale du jeu vidéo. Montréal peut alors s'enorgueillir d'accueillir son lot d'organisations professionnelles et commerciales. Parmi celles-ci, un chapitre très dynamique de l'International Game Developers Association (IGDA Montréal), fondé en 2001; l'Alliance numérique du Québec, également créée en 2001 et qui, depuis 2003, organise annuellement le Sommet international du jeu de Montréal (SIJM) ; le Centre National d'Animation et de Design (Centre NAD), un centre de formation en nouvelles technologies de l'imagerie de synthèse qui, dès 1992 et

plus particulièrement à partir de 1997, a certainement joué un rôle décisif dans la formation des professionnels de l'industrie du jeu vidéo à Montréal et au Québec.

À compter de 2005, l'évolution de l'industrie montréalaise du jeu vidéo est rapide. La présence d'Ubisoft à Montréal et les succès commerciaux qu'elle y produit ont probablement contribué à attirer à Montréal de nombreuses autres compagnies de jeu. En tout état de cause, Électronique Arts, le plus important éditeur de jeux vidéo au monde, s'y installe en 2005. Deux ans plus tard, c'est au tour du géant britannique Eidos Interactive (SCi Entertainment Group) d'y ouvrir un studio interne. L'implantation de ces trois grands éditeurs (Ubisoft, EA, Eidos), l'émergence de leaders multinationaux (A2M se classe aujourd'hui parmi les plus importants développeurs indépendants au monde), une accélération des opérations de fusions et acquisitions, ainsi que la présence d'une masse critique significative d'entreprises et d'acteurs institutionnels autorisent désormais à voir dans la métropole un des pôles d'excellence mondiaux en développement de jeux vidéo (Secor Conseil, 2008).

En somme, Montréal rassemble de manière significative une « offre » (une masse de population, d'organismes et d'animations artistiques) et une « demande » (des industriels technocratifs), en plus de bénéficier, du moins en apparence, d'une volonté politique pour développer les potentialités « créatives » du territoire. Si la présence d'actifs et d'activités culturels est susceptible d'entrer dans les composantes mobilisables d'une offre territoriale attractive et performante pour l'industrie technocrative locale, l'industrie du jeu électronique à Montréal devrait donc être à même d'en fournir les principaux enjeux.

Les techniques d'investigation : l'enquête qualitative par entretien

La section qui suit se concentre sur une présentation générale des techniques de la méthodologie qualitative au cœur de l'enquête ethnosociologique, et à partir desquelles a été recueilli l'essentiel des données premières sur l'objet de recherche. La présentation de l'ensemble des procédés de recherche n'est pas confinée au sein de ce seul chapitre méthodologique. Ce choix se justifie du fait que les trois chapitres empiriques de la thèse sont construits autour de questionnements spécifiques relativement distincts, qui ne recourent pas systématiquement aux mêmes outils d'investigation, ni aux mêmes stratégies et tactiques afin que les méthodes portent fruit. Les procédés de recherche mobilisés par les objectifs internes de chacun des chapitres seront exposés en amont des résultats.

Un échantillon intentionnel

La mise en application concrète de l'enquête ethnosociologique se traduit principalement par la méthode des récits de vie (Bertaux, 2005). Aussi, la source première de données est une enquête qualitative par entretiens biographiques approfondis, prenant la forme d'une interaction de face à face d'environ deux heures entre l'enquêteur et l'enquêté. Une telle approche socio-biographique, centrée sur des entretiens individuels, permet de répondre de façon adéquate à des exigences scientifiques de rigueur et d'approfondissement de la connaissance, tout en s'accordant très bien avec une approche compréhensive qui cherche à dégager les significations qui sous-tendent l'action (Frisch, 1999)¹⁰⁹.

En accord avec les principes d'une approche qualitative et inductive¹¹⁰, l'échantillon de travailleurs sur lequel portent les observations et l'analyse ne se veut pas représentatif d'une population statistique, mais de l'objet de recherche, dont il vise une représentativité théorique. Cet échantillon, de petite taille, a donc été construit à partir de critères raisonnés et non probabilistes : il a été défini en fonction de critères descriptifs, permettant de tenir compte du monde social à l'étude, et en fonction de critères réfléchis permettant de tenir compte des spécificités de la problématique analysée. Ces principes propres à la procédure de l'échantillonnage qualitatif font en sorte que l'étendue de l'échantillon de départ n'a pas été délimitée définitivement au début de la recherche, mais s'est fixé au cours de l'effort de terrain. En somme, il s'est agi de suivre l'injonction voulant que « *c'est le rapport entre l'objet d'étude et le corpus empirique qui compte le plus* » (Pires, 1997).

Dans cette perspective, le premier principe suivi pour construire un échantillon scientifiquement valide a été celui de l'homogénéité des « cas » qui le compose, du point de vue de la situation théorique et concrète à examiner. En appliquant la technique dite de l'échantillonnage par homogénéisation, la diversification externe de l'échantillon a été volontairement restreinte pour n'y inclure que les unités d'analyses les plus susceptibles de

¹⁰⁹ S'appuyant sur une interprétation personnelle de la réflexion conduite par Paul Ricœur sur l'herméneutique de l'action, Bertaux défend d'ailleurs l'utilisation de la méthode des récits de vie comme étant la plus à même de fournir les données nécessaires pour nourrir une pensée sociologique fondée sur l'action « en situation » (2005: 23). Dans le même esprit, Blanchet et Gotman (1992: 27) estiment que l'entretien individuel est le meilleur moyen pour saisir la représentation articulée à son contexte expérientiel et l'inscrire dans un réseau de significations, notamment parce qu'il permet de s'adapter à la forme de pensée des personnes.

¹¹⁰ Les approches qualitatives en sciences humaines et sociales ont fait l'objet de nombreux guides méthodologiques. L'ouvrage de Paillé et Mucchielli (2003), la traduction de Miles et Huberman (2003), quelques chapitres de Poupard et *al.* (1997) et, du côté anglophone, l'ouvrage de Patton (2002) constituent des références incontournables, qui seront ici mobilisées parmi d'autres.

fournir des informations pertinentes par rapport à l'objet de la recherche. Ces unités devaient, en outre, présenter suffisamment de traits en communs pour permettre l'identification de phénomènes récurrents, c.-à-d. autoriser une analyse inter-cas (Glaser et Strauss, 1967).

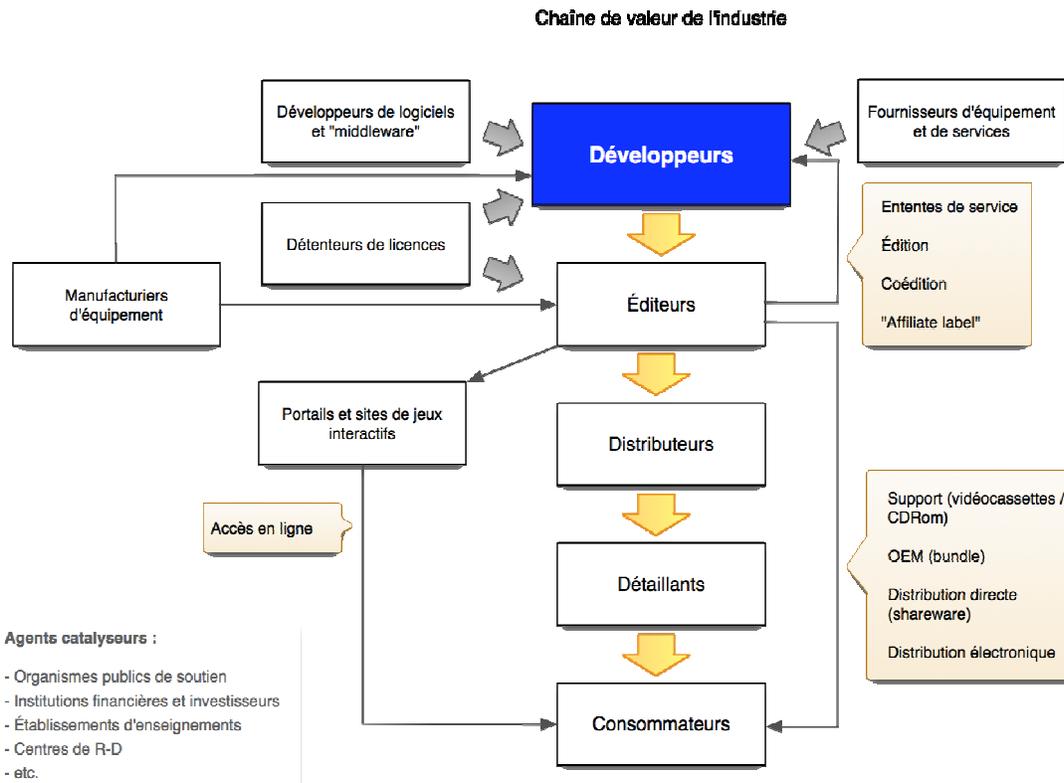
Dans le cas présent, ce contrôle de la diversification externe résulte d'abord du fait de n'avoir choisi comme unité d'analyse pertinente que des professionnels de la création ayant travaillé dans le secteur industriel du jeu vidéo à Montréal. L'opérationnalisation de cette première balise conceptuelle a pris la forme d'une liste de profils de postes ou de « métiers » admissibles, qui seront présentés plus bas. La diversification externe a été encore davantage restreinte par l'imposition d'un critère d'éligibilité relatif à l'ancienneté sur le marché du travail. Ce critère a tout d'abord visé à éliminer des différences indésirables relatives à la situation (trop) particulière de l'insertion professionnelle. Afin d'assurer l'unité de l'objet social, ont ainsi été présélectionnées uniquement les personnes ayant en commun :

- 1/ d'avoir été confrontées dans leur travail quotidien à la question de la création artistique numérique, c.-à-d. d'avoir exercé professionnellement des tâches de conception faisant appel simultanément à des compétences, des savoirs et des savoir-faire techniques et artistiques (narratifs/esthétiques);
- 2/ d'avoir œuvré au sein d'un établissement commercial montréalais dont l'activité principale est la conception et le développement de jeux vidéo ;
- 3/ d'avoir été professionnellement actives au moins deux années sur le marché du travail (et non nécessairement dans le seul secteur de la création industrielle vidéo-ludique).

Le respect de ces critères d'échantillonnage a eu deux implications concrètes sur la délimitation du terrain d'étude. D'une part, la combinaison des critères a conduit à constituer un échantillon dont l'unité d'analyse, bien que constituée de personnes, a dû tenir compte également du type d'activité réalisé par l'entreprise employeur. Ainsi, seuls les établissements directement actifs dans des activités de conception ont été considérés, réduisant de fait l'industrie du jeu électronique à un seul de ses segments ou maillons formant la chaîne de valeur de l'industrie. Plus exactement, le contrôle de la diversification externe a conduit à exclure de la liste des employeurs « admissibles » en jeux vidéo les entreprises principalement actives dans les domaines des tests (de qualité, linguistique, etc.), ainsi que de services, c.-à-d. 1/ les entreprises de logiciels et middlewares (par

exemple : Softimage et Discreet); 2/ les entreprises de services dits créatifs (animation, son...); 3/ les fournisseurs de contenus (licence), les fournisseurs d'équipement informatique et toute autre entreprise de services support. Les établissements retenus sont essentiellement des développeurs, qui peuvent parfois exercer des fonctions d'éditeurs et/ou œuvrer dans le secteur de la distribution. Dans tous les cas, ces établissements ont pour activité principale la conception et la production de produits numériques à contenu documentaire, culturel, éducatif ou ludique¹¹¹, conçus sous la forme de cédéroms, de bornes interactives, de DVD-ROM et pour diverses plateformes (console, PC, mobile), hors ligne et en ligne. Seuls les travailleurs salariés ou contractuels qui fournissent les compétences artistiques ou culturelles requises pour l'élaboration de ces produits constituent la population d'étude.

Figure 2. Établissements ciblés



Source : adapté de Sécor Conseil, 2002.

¹¹¹ Ces catégories usuelles s'avèrent en fait largement artificielles dans la mesure où l'on voit des produits ludiques « détournés » au profit de nouveaux usages pédagogiques ou à des fins de formation, tandis que des jeux dits « sérieux » sont lancés pour développer de nouveaux marchés dans les domaines de l'éducation, de la santé, de l'architecture, du militaire, de la gestion, etc.

D'autre part, le respect des critères d'inclusion a mené à construire le groupe professionnel des créateurs industriels du jeu vidéo en considérant comme « artiste du jeu vidéo » un ensemble de travailleurs à la fois plus vaste et plus intégré que celui auquel invitaient les dénominations indigènes au secteur. Cette distance prise par rapport au terrain dans l'identification et la délimitation du groupe professionnel à l'étude n'est pas anodine et mérite d'en préciser les enjeux.

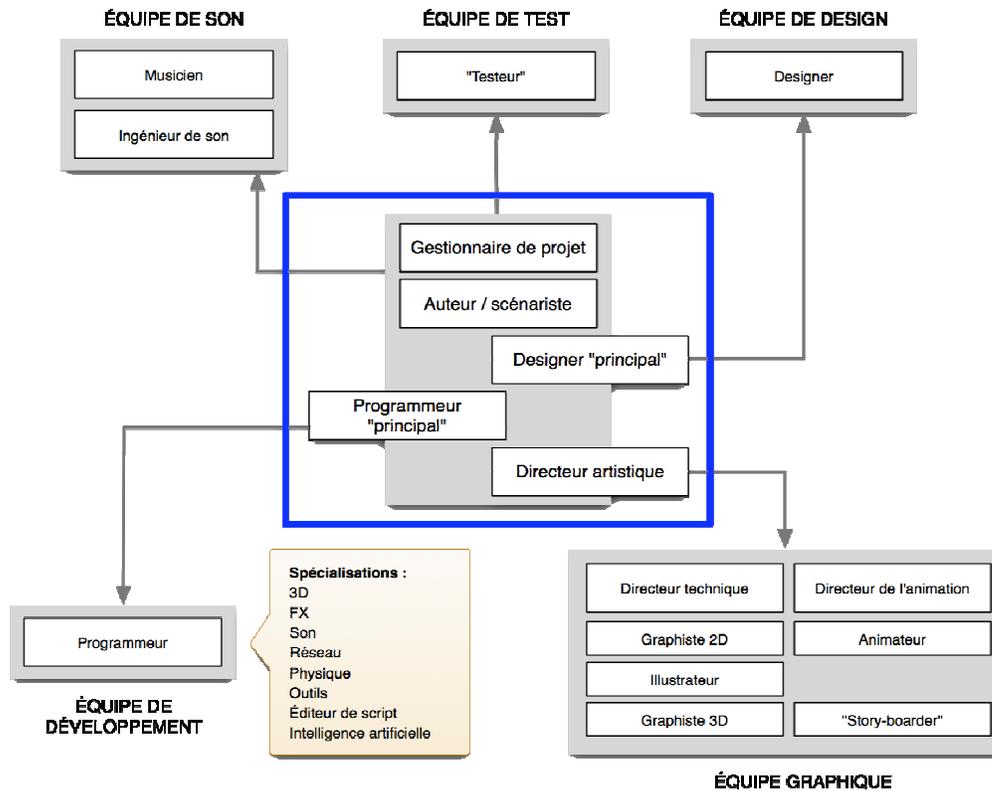
Au moment de démarrer l'enquête de terrain, la conception de jeux vidéo (*game design*) recouvre un ensemble d'emplois et de rôles professionnels encore faiblement standardisés; les nomenclatures et les classifications professionnelles en vigueur dans l'industrie pouvant différer sensiblement d'une firme à l'autre (TECHNOCompétences, 2002, 2005). Le *game design* est d'autant plus difficile à définir vu de l'extérieur que les créateurs des jeux vidéo sont soit absents des images que renvoie d'elle-même l'industrie (les jeux vidéo sont le plus souvent commercialisés sous la seule bannière de leurs éditeurs, parfois du studio qui les a développés, rarement sous le nom de leurs créateurs-auteurs), soit dépeints sous les traits de quelques figures glorieuses : Will Wright (SimCity, The Sims...), Shigeru Miyamoto (Donkey Kong, Mario Bros...), John Carmack (Doom, Quake...), etc. (Deuze, Martin et Allen, 2007: 337).

Pour autant, les organigrammes d'entreprise ne distinguent pas moins clairement la spécialité au sein de la structure d'emploi et, règle générale, les fonctions associées y sont elles-mêmes séparées en plusieurs métiers coordonnés au sein d'« équipes-projets ». Le nombre de ces sous-spécialités varie selon l'application par les organisations du principe de la division/spécialisation du travail et n'est pas nécessairement fonction de facteurs de contingence générique comme l'âge ou la taille des studios de développement. Indépendamment du degré d'industrialisation des métiers et des tâches, il est ainsi usuel de voir départager dans les organigrammes d'entreprise les profils artistiques reliés à la conception-réalisation de jeux vidéo en deux grandes fonctions créatives ou familles d'emploi.

La première de ces familles regroupe un ensemble de qualifications ou de métiers intervenant dès les premières phases de la création/conception proprement dite, tandis que la seconde est reliée à des étapes situées plus en aval de la chaîne de fabrication du produit. Cette bipartition des profils artistiques dessine une ligne de partage assez nette entre les « métiers du design » (conception des règles du jeu (*game mechanics*), conception des scénarios (*story-boarding*, *story designer*), conception des niveaux (*level designer*), etc.),

d'une part, et les « métiers du graphisme » (infographiste, animateur, illustrateur, modeler, spécialiste des textures, etc.), d'autre part, auxquels se voient le plus souvent associés d'autres spécialités exigeant des compétences artistiques (le son, par exemple). L'organigramme d'entreprise présenté ci-après est donné à titre d'exemple seulement, la structure fonctionnelle et l'organisation hiérarchique pouvant être plus ou moins complexes d'une entreprise à l'autre, et les nomenclatures professionnelles différer sensiblement.

Figure 3. Structure fonctionnelle d'un studio



Source : adapté de Secor Conseil, 2002.

Selon les observations conduites sur le terrain, l'appellation « artiste » tend à être réservée, dans le monde industriel du jeu vidéo, à cette seconde famille professionnelle (correspondant essentiellement aux métiers de l'image), à la tête de laquelle figure le plus souvent un directeur artistique¹¹². L'industrie du jeu vidéo semble de ce fait reconduire une

¹¹² Cette propension à restreindre la dénomination « artiste » à un nombre limité de profils ou de métiers artistiques est reconduite sans être questionnée par les médias grand public, les acteurs institutionnels et les chercheurs académiques. Dyer-Witthford et Peuter, par exemple, décrivent les fonctions-clés du développement d'un jeu vidéo en reprenant l'opposition bipartite entre « artiste » et « designer » : « designers establish the basic game concept, characters, and play mechanics. Artists develop characters, worlds,

hiérarchie sociale et économique entre littéraires et plasticiens, qui est structurante dans les mondes de l'art plus traditionnels. Globalement, les métiers artistiques qui relèvent de l'écrit sont, en effet, plus « profitables »¹¹³. Les dénominations indigènes entourant le travail de conception de jeux vidéo renverraient ainsi non seulement à la division du travail, entendue au sens de répartition des tâches, mais aussi potentiellement à la distribution de l'autorité, du pouvoir, du prestige. Dans tous les cas, elles soulèvent des interrogations sur les constructions identitaires, les appartenances distinctes, les motivations au travail... Jusqu'à quel point, par exemple, les « coopérations artistiques » autour du projet situent les « artistes du jeu vidéo » dans un rapport de subordination avec les « concepteurs/designers »? Quelle conséquence cela peut avoir sur la définition des identités créatives, dans les représentations et à travers la pratique?

Afin de prendre en compte ces dimensions et ne pas discriminer *a priori* différents modèles de la pratique du travail de création artistique, la conception de jeux vidéo (*game design*) renvoie dans ce travail de thèse à une catégorie professionnelle ouverte à la fois aux métiers du design et aux métiers du graphisme. Dans cette perspective, cinq grands « profils artistiques », impliqués dès les premiers stades des activités de conception, sont considérés : (1) directeur créatif (ç.à.d. les « chefs concepteurs », incluant les entrepreneurs-proprétaires), (2) concepteur de jeux (incluant les auteurs/scénaristes), (3) concepteur de niveaux, (4) directeur artistique, (5) concepteur d'interfaces (ç.à.d. illustrateur, animateur, infographiste). Ces appellations d'emploi ne sont pas restrictives, mais « génériques » : elles renvoient à une variété de profils de postes distincts et complémentaires, caractérisés par des tâches, des compétences (des savoir-faire) et des habiletés personnelles (des savoir-

textures, animation, and sound. » (2006 : 602). Une étude récente portant sur l'emploi dans l'industrie du jeu électronique au Québec distingue pareillement les « emplois spécialisés en production artistique (artistes 3D, illustrateurs, animateurs 3D, concepteurs d'interfaces, etc.) » des emplois relevant des « concepteurs de jeux (scénaristes, concepteurs de jeux, concepteurs de niveaux) » (TECHNOCompétences, 2009).

¹¹³ Cette observation statistique est contenue dans la plupart des données disponibles sur les professions culturelles au Canada et au Québec (voir notamment : Institut de la statistique du Québec, 2004). De manière similaire, d'importantes variations peuvent s'observer entre la rémunération des « concepteurs/designers » et celles des « artistes visuels » du jeu vidéo. Un sondage mené en octobre 2003 auprès des abonnés de Game Developer magazine, les participants à la Game Developers Conference, ainsi que les membres de Gamasutra.com indique que les concepteurs touchent en moyenne annuellement environ 5 000 \$ US de plus que les artistes-animateurs (62 000\$ vs 57 000\$). L'écart se creuse davantage lorsqu'il s'agit de considérer les plus hautes rémunérations obtenues : 275 000 \$ chez les concepteurs contre 156 000 \$ chez les artistes-animateurs (Olsen, 2004). Dyer-Witthford et Peuter (2006 :603), référant notamment à des données compilées par l'International Game Developers Association (Gourdin, 2005), signalent pareillement un écart dans les rémunérations entre ces deux groupes de travailleurs.

être) qui illustrent peut-être au mieux la synthèse des capacités narratives, esthétiques et technologiques requise par le secteur.

En limitant ainsi le groupe professionnel des créateurs industriel du jeu vidéo à certaines catégories d'emplois, le but poursuivi n'est pas de « localiser » la créativité artistique dans l'entreprise, mais bien de constituer un corpus empirique cohérent en regard des objectifs de la recherche et qui permette certaines généralisations¹¹⁴. La consultation de divers documents sur l'organisation de la main-d'œuvre dans le secteur, en particulier les « Profils de postes » établis par TECHNOCompétences (2002, 2005) ont permis de fonder les catégories d'emplois à partir desquelles les travailleurs ont été présélectionnés (voir l'annexe I pour une description détaillée de ces catégories). Les principes de la « diversification » et de la « saturation » propres aux sciences sociales ont, par la suite, servis la constitution de l'échantillon et son évaluation méthodologique.

Un échantillonnage progressif

La procédure d'échantillonnage qualitatif implique la construction d'un échantillon fondé sur la similitude, d'une part, mais également sur la différence, d'autre part. La diversification est en effet un critère majeur de sélection lors d'une procédure d'échantillonnage qualitative, y compris lorsque la recherche porte sur les pratiques et les représentations d'un groupe restreint et homogène d'individus (Glaser et Strauss, 1967: 50-63; Michelat, 1975: 236; Pires, 1997: 65)¹¹⁵. C'est en effet parce que les cas ne présentent pas uniquement des caractéristiques similaires qu'il est possible d'obtenir le portrait global d'un monde ou d'un univers social spécifique, mais aussi repérer précisément ce qu'il y a de général dans chaque cas particulier, identifier les points centraux qui résistent à un fort degré de variation (Patton, 2002). Il s'agit en somme d'appliquer ici le principe de triangulation des points de vue comme principe de validation des résultats : différents points de vue sont recherchés afin de permettre de cerner l'intersubjectivité des personnes (Miles et Huberman, 2003: 505).

On comprend dès lors que l'échantillon se veut théorique : il ne s'agit pas d'identifier quelques individus singuliers, mais bien des catégories et des sous-catégories d'acteurs,

¹¹⁴ Ce qui explique également le parti pris d'exclure d'office les métiers artistiques rattachés à la création et à la production sonore.

¹¹⁵ On parle alors de diversification interne ou intragroupe, par opposition à la diversification externe ou de contraste, mise en œuvre dans le cadre d'une stratégie de recherche comparative fondée sur l'étude de cas variés (Pires, 1997: 65).

fondées sur des motifs théoriques (non statistiques) et à partir desquelles l'échantillon de l'étude doit être tiré. Les individus au sein de ces catégories sont donc interchangeables, pourvu qu'ils correspondent essentiellement aux mêmes critères, par exemple : un homme, célibataire, âgé de plus de trente-cinq.

La volonté de respecter ce critère de la diversification maximale a obligé une construction progressive de l'échantillon, dont la taille et la structure n'ont été fixées qu'une fois la « saturation » atteinte de manière satisfaisante. Suivant la définition consensuelle qu'en donne Bertaux et Bertaux-Wiame :

[...] la saturation est le phénomène par lequel, passé un certain nombre d'entretiens (biographiques ou non, d'ailleurs), le chercheur ou l'équipe a l'impression de ne plus rien apprendre de nouveau, du moins en ce qui concerne l'objet sociologique de l'enquête. (Bertaux et Bertaux-Wiame, 1980: 205).

L'application du principe de saturation remplit ainsi deux fonctions capitales (Pires, 1997). D'un point de vue pratique, la saturation permet de déterminer la taille de l'échantillon, puisque ce n'est pas le nombre d'individus rencontrés qui importe, mais bien la qualité des données collectées par rapport à une question de recherche. D'un point de vue méthodologique, la saturation assure la validité de l'induction analytique. En effet, c'est la confrontation des récits sur l'expérience vécue d'une même situation qui enclenche le phénomène de saturation et décide du moment où cesse la collecte des données. Mais c'est aussi par la confrontation de ces récits qu'il est possible de « dépasser leurs singularités pour atteindre, par construction progressive, une représentation sociologique des composantes sociales (collectives) de la situation » (Bertaux, 2005: 37).¹¹⁶

En somme, les deux impératifs que sont la recherche de la diversité maximale et l'atteinte de la saturation fondent le caractère scientifique de l'analyse et autorisent la généralisation qualitative des résultats à l'ensemble de la population auquel le groupe analysé appartient. Il est cependant important de bien voir ici que cette généralisation par « induction empirico-analytique » (Pires, 1997) n'est qu'une étape intermédiaire de la « remontée » en généralité

¹¹⁶ Plus exactement, la délimitation des propositions finales et leur validation-infirmité se jouent à deux aspects du concept de saturation : la « saturation empirique », d'une part, et la « saturation théorique », d'autre part (Pires, 1997: 67). La saturation empirique ou de « connaissance » apparaît nette lorsque les données produites donnent l'impression d'illustrer des résultats empiriques déjà connus, sans apporter d'informations nouvelles (en matière de diversité). La saturation théorique, pour sa part, est constatée lorsque les données produites s'intègrent dans l'élaboration théorique en cours, sans définir de nouveaux thèmes ou modifier l'explication développée (signalant ainsi l'épuisement des éléments de connaissance, sur le plan du concept).

qui intéresse la recherche scientifique. Il s'agit en effet d'abord, pour reprendre la description qu'en fait Pires

[...] de passer d'un échantillon opérationnel E (défini comme tel) à une population P (également définie comme telle) » pour, par la suite seulement, « formuler des propositions d'ordre théorique (passage de la population P à une population à la fois plus heuristique et moins dépendante du contexte de réalisation de la recherche). (Pires, 1997: 149-152).

Or, comme le rappelle également Bertaux (2005), ce dernier passage n'est pas sans le risque d'un biais d'extrapolation, dans la mesure où le corpus empirique qui lui sert d'appui n'est pas protégé de certaines variations relatives aux caractéristiques d'autres contextes ou univers de travail. Aussi, l'induction seule est difficile à généraliser; il se peut toujours que l'échantillon ne soit pas représentatif de l'ensemble et que l'information obtenue soit biaisée. Il s'agit donc de demeurer humble dans la démarche de théorisation. Il s'agit, surtout, d'assurer la bonne qualité de la construction empirique dont dépend, à quelque « palier » que se soit, la généralisation qualitative des énoncés. Dans ce contexte, le questionnement quant à la taille et à la structure de l'échantillon s'avère un point stratégique du processus de recherche et c'est pourquoi la section qui suit y est consacrée.

Le choix des cas à observer et les caractéristiques d'hétérogénéité de la population

Au total, trente-deux personnes ont été rencontrées en entretien. Deux enregistrements ont été perdus en raison de problèmes techniques et une personne a été retirée de l'échantillon puisqu'elle ne répondait pas aux critères d'éligibilité. Vingt-neuf personnes constituent donc, à proprement parler, l'échantillon d'enquête¹¹⁷. La construction de cet échantillon a d'abord été fonction d'un découpage de la population selon trois variables sociodémographiques traditionnelles : 1/ le genre (homme ou femme); 2/ le statut civil (célibataire, en relation de couple, avec ou sans enfant à charge) ; 3/ l'âge (opérationnalisé en trois tranches, soit : 25 ans et moins, entre 26 et 34 ans, plus de 35 ans).

¹¹⁷ À titre indicatif, il était prévu au devis de recherche de mener entre vingt et quarante entretiens selon le nombre et le croisement des variables stratégiques pressenties au départ de l'enquête, et en fonction de la qualité des informations obtenues. Des raisons pratiques incitaient également à ne pas aller au-delà d'une quarantaine d'entretiens: après ce nombre, je savais par expérience qu'il devient difficile de traiter en profondeur l'ensemble du matériau recueilli. Je savais également que, pour peu que l'objet choisi ait des dimensions restreintes, les récurrences empiriques apparaissent très vite. En cas contraire, il aurait été sans doute plus opportun de procéder à un recadrage de l'objet, en raison des contraintes de temps et de ressources inhérentes à un travail de thèse.

Le choix de ces variables se justifiait par les constats tirés d'études antérieures. Un certain nombre d'enquêtes conduites auprès de professionnels du multimédia suggèrent en effet que le mode ou le style de vie valorisé par ces travailleurs se définit différemment selon le profil sociodémographique (âge, sexe, statut matrimonial, statut parental...) et socioprofessionnel de l'individu, en particulier le moment de la carrière professionnelle (Nevarez, 1999; Lallement, 2003; Perrons, 2003). En conséquence, l'investissement dans le travail, par exemple, pouvait ne pas être valorisé également, ni pour les mêmes raisons, par l'ensemble des travailleurs; la même chose pouvant être dite du style de vie urbain qui leur est généralement prêté. À cet égard, les catégories d'âge retenues devaient permettre d'apprécier de manière comparée la situation de personnes 1/ à l'entrée dans la vie active (les 25 ans et moins), 2/ en début de carrière (les 26 à 34 ans) et 3/ déjà bien engagées dans leur parcours professionnel (les 35 ans et plus). Il s'agissait aussi de voir par là si la frontière symbolique des trente ans avait une consistance en tant que représentation du monde social et catégorie normative orientant les pratiques, dans la mesure où, à partir de cet âge, la poursuite d'un style de vie « bohème » pouvait apparaître moins socialement acceptable (Lloyd, 2004: 351).

Pour pallier aux biais inhérents à une approche « individu-centré » et mieux cerner le contexte organisationnel dans lequel s'inscrit le travail de création en jeu vidéo, il est en outre apparu d'emblée pertinent de réaliser des entretiens auprès de présidents-fondateurs ou de cadres supérieurs prenant une part active aux activités de conception/création. Dans la même visée, il s'est aussi agi de faire varier les situations sur le marché du travail. Cela s'est fait en approchant des travailleurs en situation 1/ d'insertion professionnelle (moins de trois ans sur le marché du travail); 2/ de travail autonome ou indépendant; 3/ de travail salarié en entreprise. Cela s'est fait également en tenant compte de la taille des entreprises-employeurs, définie en fonction du nombre d'employés : TPE (< 10 employés), PE (10 à 49 employés), ME (50 à 499 employés), GE (> 500 employés).

Un dernier paramètre a été pris en compte, à savoir la localisation des personnes au lieu de résidence. Cette variable géographique a été introduite au cours du processus d'échantillonnage pour assurer la sélection de participants résidant en différents points de la région métropolitaine de Montréal. L'introduction de cette variable s'est résolument inscrite dans une stratégie de recherche systématique de « cas négatifs », visant à contredire le modèle provisoirement saturé (Desmarais et Grell, 1986) et ainsi résoudre le problème de la « représentativité de l'échantillon ». Il est en effet vite apparu que les créateurs industriels du jeu vidéo constituent une population des plus homogènes. Des données compilées par The

International Game Developers Association (IGDA) à la suite d'un sondage mené auprès de ses travailleurs (6 437 réponses traitées, en provenance surtout des États-Unis, du Canada, de l'Australie et du Royaume-Uni), confirment le portrait-type qui a été donné d'observer à Montréal : le professionnel à l'emploi de l'industrie est un homme hétérosexuel, âgé de 31 ans, détenteur d'un diplôme collégial ou universitaire, possédant une expérience professionnelle de 5 ans dans le domaine du jeu vidéo (Gourdin, 2005). Or, dès les premières prises de contact avec le terrain montréalais, l'homogénéité dans les profils sociographiques est apparue également s'avérer avec force pour ce qui est de la distribution résidentielle des travailleurs au sein de la région métropolitaine de Montréal.

Les différents critères de sélection énumérés ci-dessus ont été observés de manière rigoureuse lors de la construction de l'échantillon. En raison toutefois de la difficulté à recruter des personnes présentant certaines caractéristiques pressenties comme significatives, il n'a pas toujours été possible d'obtenir une représentation équilibrée de chacune des sous-catégories. Il en va ainsi, par exemple, de la proportion homme/femme, qui joue nettement en faveur d'un échantillon plus masculin que féminin (25 hommes et 4 femmes). Il en va ainsi également de la distribution géographique de nos enquêtés dans l'espace résidentiel montréalais, alors que, en dépit des efforts faits pour diversifier l'échantillon selon cette variable, la localisation des personnes au lieu de résidence se concentre majoritairement dans le noyau central de l'agglomération (le chapitre 6 revient en détail sur ces questions). S'il est souhaitable, de l'avis des méthodologues, d'obtenir un échantillon équilibré, cela n'est toutefois pas une condition jugée nécessaire et, en dépit des limites multiples, il a néanmoins été possible d'appliquer les critères d'échantillonnage prévus.

On trouvera ci-après la description détaillée de la composition de l'échantillon suivant la taille de l'employeur, le statut civil, le niveau de scolarité et l'âge des répondants.

Tableau 1. Distribution de l'échantillon : employeur, âge, statut civil, scolarité

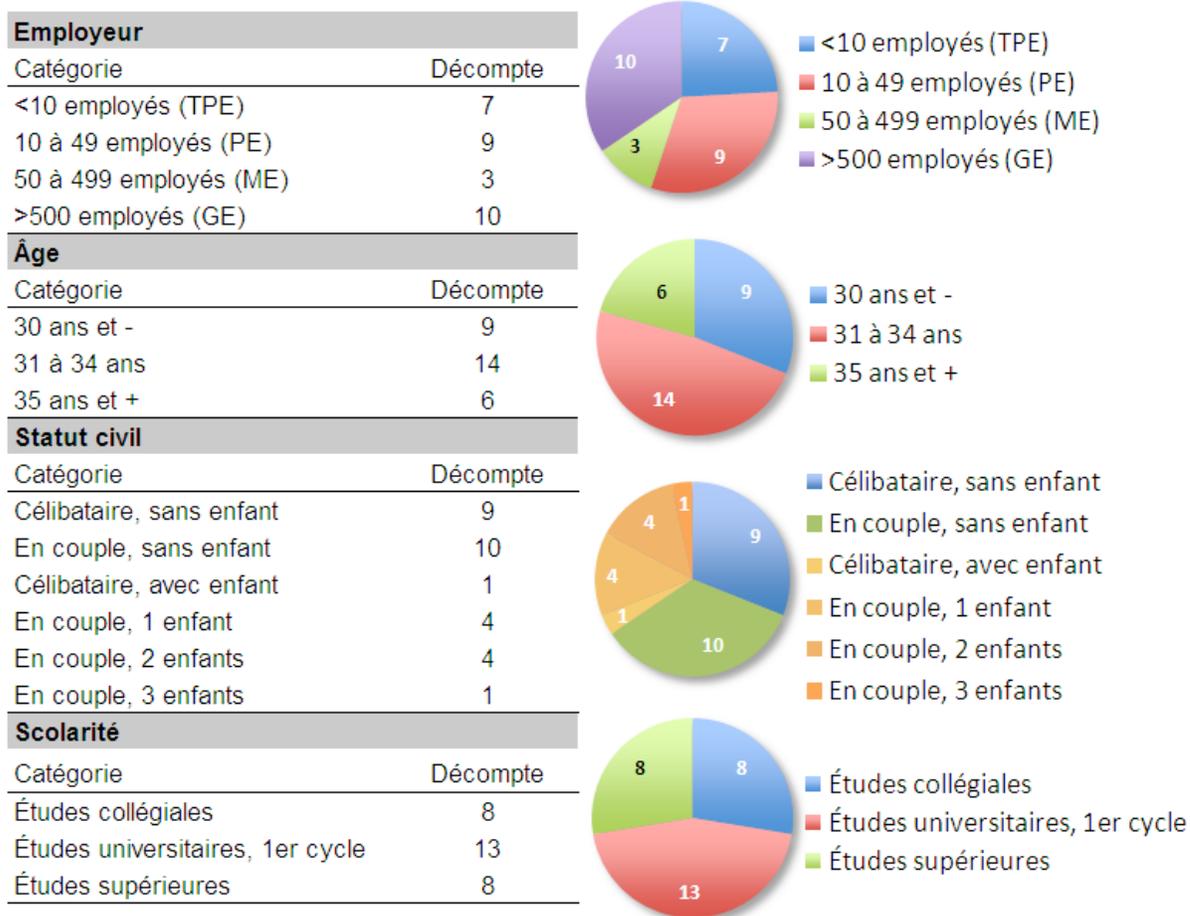
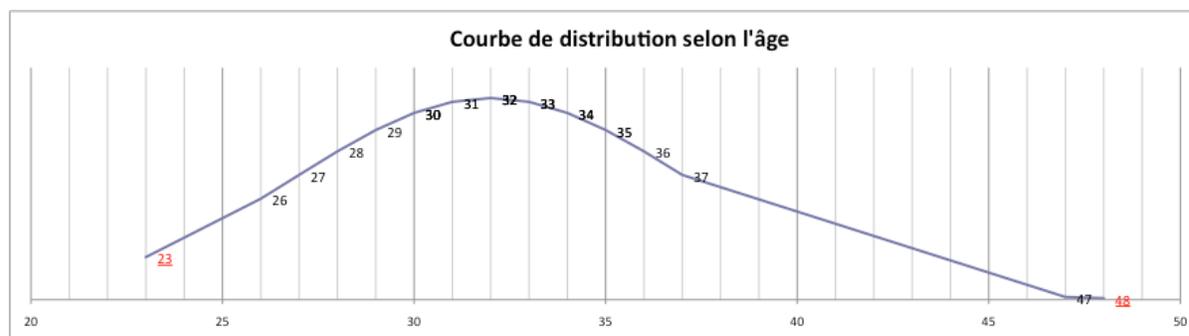


Tableau 2. Courbe de distribution selon l'âge



Au fil de l'effort de terrain, trois autres paramètres sont ressortis comme devant mériter une attention particulière: 1/ le capital « réputationnel » des informateurs (en lien avec la question des doubles mobilités professionnelles et géographiques) ; 2/ leur capital « linguistique » ou le(s) groupe(s) linguistique(s) d'appartenance (afin de faire varier les socialisations culturelles, les modes d'exposition à la francophonie, les héritages politiques, etc., étant

donné la spécificité multiculturelle du paysage montréalais) ; 3/ l'ancienneté dans le secteur industriel de la création vidéoludique. La pertinence de ce dernier critère se comprend du fait qu'en 2004, au moment du démarrage de la campagne d'entretien, l'industrie du jeu vidéo au Québec est relativement jeune, la majorité des entreprises ayant été créées ou s'étant implantées sur le territoire depuis moins de sept ans (TECHNOCompétences, 2003). La diversification de l'échantillon à partir du critère de l'ancienneté présentait dans ce contexte deux grands intérêts, outre celui d'assurer des récits riches d'expériences.

En effet, la sélection d'un corpus composé de personnes détenant beaucoup d'ancienneté et, d'autres, relativement moins, permettait de se prémunir contre la redondance de récits marqués par des situations vécues à une époque spécifique, qui aurait pu refléter une pure contingence locale et ne pas être significatif de situations ou de problèmes plus généraux. Par ailleurs, une sélection en faveur des travailleurs les plus expérimentés visait à garantir que, pour au moins certains d'entre eux, l'entrée sur le marché du travail ait débuté ailleurs qu'au Québec; leur condition et leur expérience de « migrant » constituant dès lors une entrée privilégiée pour interroger leurs rapports au territoire.

Au moment où elles ont été rencontrées, les personnes sont en moyenne depuis neuf ans et demi sur le marché du travail. Deux personnes sont entrées dans la vie active depuis moins de trois ans et peuvent être considérées en situation d'insertion professionnelle. Le travailleur qui détient le plus d'ancienneté dans l'industrie du jeu vidéo compte à son actif plus de quinze ans dans cette industrie. Une description plus détaillée des situations qui s'observent sur le marché du travail est présentée au chapitre 4. Les travailleurs migrants sont au nombre de huit. Ils ont forgé leurs premières expériences professionnelles en Europe (4 personnes), en Amérique latine et aux États-Unis (3 personnes), ainsi qu'au Canada hors Québec (1 personne). En outre, deux travailleurs ayant amorcé leur carrière dans l'industrie québécoise du jeu vidéo ont connu, au cours de leur parcours professionnel, une expérience de travail en Chine (Shanghai).

L'information qui a servi à la présélection des participants a été obtenue via différentes sources, en particulier Internet. En fait, l'abondance d'informations personnelles disponibles sur Internet (curriculum vitae mis en ligne, interview, page d'accueil personnalisée dans les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Viadeo..), etc.) a permis de retracer, plus ou moins approximativement selon les cas, la majorité des profils sociographiques et professionnels des personnes « retenues ». Il s'est agi par la suite de valider en entretien les données factuelles ainsi recueillies.

Les aspects pratiques du recrutement

La campagne d'entretien s'est échelonnée de juillet 2004 à avril 2008. La très grande majorité des entretiens a été réalisée entre mai et août 2005, par une équipe de deux enquêteurs sous ma direction¹¹⁸. Parmi les raisons qui m'ont incitée à ne pas aller seule sur le terrain était le souhait de bénéficier des avantages reconnus à l'enquête collective : confrontation des interprétations de terrain, triangulation mieux assurée, meilleure prise en compte des contre-exemples, plus grande vigilance dans la rigueur empirique, etc. Il était néanmoins entendu que ce travail d'équipe ne pouvait réussir sans une phase individuelle d'enquête approfondie et d'observation participante, que je devais réaliser en amont et en aval. Ainsi, dans un premier temps, j'ai conduit trois entretiens exploratoires auprès d'« informateurs-clés », afin de préciser la cible et la nature des informations susceptibles d'articuler au mieux la construction technique des données et la construction sociologique de l'objet¹¹⁹. Je me suis également réservé trois « cas » de travailleurs au profil plus atypique. Enfin, un dernier entretien complémentaire ou de vérification, que j'ai réalisé beaucoup plus tardivement (fin 2008), a servi à approfondir et confirmer certaines intuitions de recherche.

Différentes stratégies d'approche ont été mises en œuvre pour rejoindre la population-cible: recours aux banques d'emplois d'associations professionnelles, recherche sur les sites web d'entreprises, etc. Les contacts faits par infiltration graduelle dans les réseaux sociaux des enquêtés (méthode dite « boule de neige ») ont été privilégiés, pourvu qu'ils permettent de

¹¹⁸ Ces personnes ont été recrutées suite à une entrevue d'embauche, sur la base notamment de leur formation universitaire de second cycle en sociologie, d'une bonne compréhension de la problématique de recherche, d'une expérience pratique de l'enquête ethnosociologique et d'un parfait bilinguisme français-anglais. Une des personnes était en outre spécialiste de l'analyse des réseaux.

¹¹⁹ Pour assurer la richesse des témoignages, ces entretiens ont été menés auprès de personnes sélectionnées en raison d'aspects précis de leur biographie professionnelle. Au moment où elles ont été rencontrées, ces personnes : 1/ cumulaient au moins cinq ans d'ancienneté dans l'industrie québécoise du jeu vidéo; 2/ portaient le double chapeau d'entrepreneur-gestionnaire et de *game designer* ; 3/ menaient de front diverses activités « extra-professionnelles » (activités journalistiques, de conférencier et/ou de formateur, membre actif d'une association professionnelle, conseiller et analyste spécialisé dans l'industrie des jeux vidéo).

rencontrer le critère-clé de la diversification interne¹²⁰. Au total, plus d'une soixantaine de personnes a reçu une invitation formelle à participer à l'enquête. Cette invitation s'est faite via courrier électronique, principalement en raison de l'obtention facile d'une adresse *courriel* de correspondance, via une recherche sur Internet ou dans les différentes banques d'emplois consultées.

La recherche met en cause des êtres humains et, même si elle est à risque minimal, demandait à ce que soit pris un ensemble de mesures pour assurer le consentement libre et éclairé des répondants à l'enquête, la bonne compréhension des objectifs de recherche, la confidentialité et la protection des données personnelles¹²¹. Aussi, la demande d'entretien consistait en un court message personnalisé, auquel était joint un descriptif sommaire du projet de recherche (annexe II). En plus des informations usuelles relatives aux objectifs de l'entretien ainsi que la mention des critères d'éligibilité, ces documents faisaient état de la nature et des conditions de participation des personnes à la recherche (entretien unique enregistré sur magnétophone et par la prise de notes, confidentialité des propos et anonymat des répondants, etc.).

Cette recherche pose avec acuité les problèmes de confidentialité, puisque le matériel recueilli est en grande partie biographique, que le terrain d'enquête est clairement identifié, mais aussi que le monde du jeu vidéo s'est vite avéré un « petit monde » au sein duquel tout le monde (ou presque) se connaît. Comme le dira un interlocuteur : « *c'est comme une grande famille, tout le monde se connaît* » [Marc, 31 ans, entrepreneur]. Ces facteurs combinés ont exigé beaucoup de vigilance au plan de la rédaction afin de réduire les risques

¹²⁰ La technique classique « boule de neige » (où des entrevues antérieures suggèrent les répondants ultérieurs) avait en effet, dans le cadre de cette recherche, le défaut de ses qualités : si elle possède l'avantage considérable de fournir des renseignements sur l'expérience socio spatiale urbaine des gens — les réseaux de sociabilité dans lequel ils s'inscrivent à l'échelle locale (Beaud et Weber, 1997), elle pouvait dans un même temps contraindre l'investigation à un seul genre de milieu social, le risque étant que les personnes qui se fréquentent aient vécus des situations semblables et aient des idées (trop) convergentes. Pour pallier ce risque, la sélection des personnes référées s'est faite suivant une observation rigoureuse des critères d'échantillonnage, sans qu'il soit néanmoins possible de s'assurer qu'elles ne soient insérées dans des réseaux de sociabilité identiques.

¹²¹ Ce projet de recherche s'est inscrit au départ dans un programme de travail plus large, « Technoculture et emplois créatifs. Le multimédia à Montréal » (Guy Bellavance, directeur ; Benoit Laplante, collaborateur), dont le protocole avait été approuvé par le Comité d'éthique en recherche (CÉR) de l'Institution nationale de la recherche scientifique. Conformément aux règlements, le certificat d'éthique obtenu aux fins de ce programme indique ma participation à la recherche (réf. article 14.2 de la Politique d'éthique en recherche avec des êtres humains, INRS, 2002). La recherche est considérée à risque minimal, puisqu'elle n'est pas considérée porter sur une catégorie sociale fragile et ne vise d'aucune façon l'intégrité physique de la personne.

d'identification des répondants par des tiers. La forme retenue et les mécanismes adoptés pour mettre en valeur le matériel biographique ont voulu tenir compte de ces préoccupations¹²².

Tel que le stipulait la lettre d'invitation, le jour, le lieu et la date exacte de l'entretien étaient laissés à la convenance des individus sollicités. Cette marge de manœuvre laissée aux personnes a eu l'avantage inespéré de faire découvrir plus avant les lieux de vie et de travail fréquentés par la population à l'étude. En effet, des entretiens ont été réalisés sur le lieu de travail des personnes et pendant les heures régulières d'activité. Ces entretiens ont le plus souvent débouché sur une visite des locaux de production. D'autres entretiens ont été menés au lieu de résidence des informateurs ou ont été conduits dans divers lieux de sociabilité connus des personnes (restaurants, cafés, etc.). Ces lieux choisis par les enquêtés offraient une entrée en matière toute « naturelle » pour interroger plus avant les liens entre travail et hors travail, par exemple, ou, encore, le rapport entre le lieu de résidence et le lieu de travail.

La lettre d'invitation enjoignait la personne intéressée à me joindre par courriel ou par téléphone pour fixer un rendez-vous ou obtenir des informations additionnelles sur la recherche en cours. À partir de la semaine suivant l'envoi de cette lettre et advenant un cas de non réponse, un second courriel était envoyé à la personne sollicitée. Ce second envoi annonçait un contact téléphonique prochain. Dans tous les cas, la prise de rendez-vous s'est effectuée après avoir vérifié auprès du répondant potentiel qu'il rencontrait bien les critères d'éligibilité. Tel que mentionné précédemment, un « cas » a échappé à cette vérification et n'a pas été retenu dans l'échantillon final.

Suite à la prise d'un rendez-vous, un formulaire de consentement normalisé était envoyé à la personne par courrier électronique ou laissé en main propre (annexe III). Ce formulaire devait être remis, dûment complété, à l'enquêteur avant que celui-ci procède à l'entretien. Ce

¹²² Ainsi et par exemple, chaque répondant s'est vu attribuer un prénom d'emprunt et, lors de l'utilisation des citations d'entretiens, seules les caractéristiques de l'interlocuteur essentielles pour saisir son intervention seront données. À cet égard, une attention particulière a été portée au choix du prénom d'emprunt qui, autant que faire se peut, « traduit » de mêmes origines (géographique, sociale, ethnique...) que le prénom réel. Par ailleurs, les enregistrements des entretiens ont été conservés en un endroit sûr et, suite à l'acceptation de la thèse, seront détruits conformément aux dispositions stipulées par le Comité d'éthique en recherche (CÉR) de l'Institution nationale de la recherche scientifique. Jusqu'à leur destruction, ils seront à la seule et exclusive disposition de l'auteure de ce travail de thèse et de son directeur, Guy Bellavance, ainsi que de l'équipe de recherche regroupée autour du programme « Technoculture et emplois créatifs. Le multimédia à Montréal ».

document rappelait les normes déontologiques et les règles d'éthique auxquelles est soumise la recherche, notamment le droit de la personne à se retirer de la recherche en tout temps. L'ensemble de la correspondance (le courriel de présentation et d'invitation à participer, confirmations, remerciements, etc.), ainsi que les suivis téléphoniques se sont faits en français ou en anglais. Selon le souhait exprimé par l'enquêté, les entretiens ont été menés dans l'une ou l'autre de ces deux langues (et parfois, comme on le verra, dans un savant mélange des deux).

Des entretiens « centrés »

S'agissant d'obtenir des informations sur des thèmes précis, on comprend que les entretiens ouverts ou non-directifs, qui amènent l'individu à librement choisir les thèmes qu'il souhaite aborder, ne sont pas les plus indiqués pour produire une bonne matière de travail. Par conséquent, c'est la technique de la semi-directivité qui a été retenue. L'entretien de type semi-directif ou, plus exactement, de type « centré » (Grawitz, 1993) permet au chercheur de suivre le répondant vers l'exploration de thématiques qu'il n'aurait pas envisagées, tout en maintenant une trame directrice lors des échanges. Il s'agit en fait pour l'enquêteur de se laisser

[...] guider par le flux de l'entrevue dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux sur lesquels il souhaite entendre le répondant, permettant ainsi de dégager une compréhension riche du phénomène à l'étude. (Savoie-Zajc, 1997: 266).

Le récit recherché auprès des créateurs du jeu vidéo à Montréal a donc été un récit oral (entretiens enregistrés et intégralement retranscrits) et topique (il tourne autour d'un thème central, à savoir la vie professionnelle du répondant). Pour rendre le matériel exploitable, l'entretien était orienté en vue de centrer le discours des personnes autour de leur activité professionnelle, mais aussi de manière à permettre l'exploration de dimensions et sous-dimensions préalablement définies en fonction de l'objet de la recherche. La constitution d'un guide d'entretien a servi la rencontre de ces objectifs.

En accord avec l'objet de la recherche, ce guide d'entretien a cherché à faire ressortir des perceptions, des descriptions et des impressions sur différentes facettes de l'activité professionnelle des personnes, allant des pratiques quotidiennes aux réalités organisationnelles et culturelles de l'environnement de travail (types de savoirs et de compétences mobilisées, engagement dans le travail, parcours professionnel, mobilité intra et intersectorielle, etc.), en passant par la vie hors-travail (lieux et pratiques de sociabilité,

liens avec la culture et les institutions culturelles locales, etc.). Il s'agissait aussi de permettre de dégager sans *a priori* les repères et les centralités urbaines (ou autres) des répondants, leurs géographies personnelles, leur rapport au territoire et la prise en compte des lieux de la culture et des pratiques culturelles par rapport à ces questions.

Les dimensions et sous-dimensions couvertes lors des entretiens ont ainsi porté de manière extensive sur les conceptions et les valeurs de l'univers professionnel, les représentations et la nature de l'attachement à l'espace résidentiel d'adoption, ainsi que sur les pratiques de consommation culturelle « hors les murs » et leurs articulations à la sphère du travail. Afin de laisser émerger du terrain d'enquête les catégories spatiales les plus pertinentes à ces égards, des précautions ont été prises pour ne pas imposer aux enquêtés une définition *a priori* du « local » ou de la « ville ». De même, il leur revenait le soin de définir ce qu'il faut entendre par « art » et « culture ».

Le guide d'entretien était, comme son nom l'indique, un guide : il n'a servi qu'à guider le discours des enquêtés sans chercher, autant que faire se peut, à le structurer. Aussi, chacune des dimensions à explorer était introduite par une question-consigne proposée au participant ; ces questions-consignes étant éventuellement reformulées en une ou plusieurs questions de relance pour parfaire, le cas échéant, l'exploration de sous-dimensions. La question d'ouverture de l'entretien visait d'emblée à encourager un témoignage livré sur le mode narratif. Elle a pratiquement été la même pour tous, à savoir : *vous occupez le poste X (titre du poste) pour l'entreprise X (nom d'entreprise). Pouvez-vous me raconter comment vous en êtes venus à occuper cet emploi ?* Une série de questions d'ordre plus factuel portant sur les caractéristiques sociodémographiques et socioprofessionnelles des individus, ainsi que sur leur profil résidentiel et géographique concluait l'entretien.

Un guide d'entretien est annexé à la fin de ce document (annexe IV). Ce guide est présenté uniquement à titre indicatif. D'une part, il a évolué au gré des différentes phases de l'enquête de terrain, au fur et à mesure que l'objet s'est précisé. D'autre part, il a été personnalisé pour chaque rencontre en fonction des informations dont je disposais sur le répondant. En outre, il a été modulé en fonction de trois types de répondants : 1/ les travailleurs autonomes ou indépendants (*freelances*), 2/ les entrepreneurs et le personnel de direction, 3/ le personnel salarié en entreprise. Ainsi et par exemple, les entretiens menés auprès des entrepreneurs et des dirigeants ont mis l'accent plus que les autres sur la définition, la valorisation et le management de la créativité en entreprise, du point de vue de l'enquêté. Ces informations se sont avérées précieuses dans la mesure où, selon le principe de la triangulation des points

de vue, elles permettaient d' « objectiver » la situation du travailleur créatif, dans ses cadres économique, mais aussi juridique et culturel.

Les techniques complémentaires

La nécessité de multiplier les types de sources et de documentations pour assurer la richesse d'une étude de cas fait l'objet d'un consensus fort au sein des sciences sociales. L'objectif est de permettre une compréhension plus globale de la situation, mais aussi de garantir la fiabilité des résultats par une triangulation des outils. Pour mettre en pratique ces recommandations, l'enquête qualitative par entretien a pris soin de diversifier les points de vue des participants. La stratégie de collecte des données a également multiplié les sources d'évidence.

L'observation in situ

La démarche d'investigation sur le terrain a été appuyée par la conduite d'observations directes (observations participantes « dissimulées » ou « périphériques ») à l'occasion notamment de divers événements sociaux organisés par les promoteurs de l'industrie du jeu vidéo à Montréal. À plusieurs reprises, je me suis rendue dans des lieux à des fins d'observations et pour une appréhension à dimension participative. En particulier, j'ai tâché d'être présente lors de débats et conférences plus ou moins informels, au cours desquels les acteurs s'expriment fréquemment et librement. L'intention était de se rapprocher au plus près des acteurs du milieu afin de prendre le pouls de leur vie sociale et de leurs interactions au quotidien, tout en étant sensible à leurs perceptions et à leurs particularités culturelles.

Ainsi et entre autres, je me suis régulièrement fondue parmi les aspirants développeurs et les développeurs professionnels lors de réunions du chapitre montréalais de l'International Game Developer Association (IGDA). J'ai également joué le rôle de public ludophile dans le cadre d'événements de diffusion aux ambitions plus ou moins artistique (Festival Fantasia, Sommet International du Jeu de Montréal; ateliers animés par la Société des Arts Technologiques, etc.). Enfin, j'ai suivi les pas des travailleurs dans leur quartier de vie et de travail et ai assisté à deux reprises à un « café-citoyen » portant sur des projets de régénération urbaine dans un des quartiers résidentiels privilégiés par ces travailleurs.

Cette prise de contact directe avec le terrain a débuté plus d'un an avant le lancement de la campagne d'entretien individuel et s'est poursuivie une fois cette campagne finalisée. Les observations ont été conduites de manière plus intensive sur une période d'environ dix-huit

mois, débordant de quelque peu, en aval et amont, le cœur de la campagne d'entretien. Au cours de cette période, j'ai tenu une sorte de « journal de bord » dans lequel je consignais, à l'instar des ethnologues, mes notes d'observations. Par conséquent, le discours comme instrument d'exploration des pratiques s'est trouvé concrètement à prendre place après l'observation. Cela a eu des répercussions sur la construction théorique de l'échantillon, alors que des incidences de pertinence relevées sur le terrain ont permis de confirmer l'intérêt de prendre en compte certains critères pour découper la population et en identifier d'autres.

Par exemple, les personnes présentes aux rencontres organisées par le chapitre montréalais de l'IGDA m'ont vite apparu constituer une population des plus homogènes, tenant compte de l'âge, du genre, mais aussi de la langue d'usage et du groupe professionnel d'appartenance. En effet, ces personnes étaient très majoritairement de jeunes hommes blancs, s'exprimant en anglais, sur des enjeux plus proprement liés aux « métiers du design » (au point que les organisateurs aient ouvertement déploré, à au moins une occasion, l'absence d' « artistes » dans la salle). Des facteurs d'ordre sociodémographique et socioprofessionnel pouvaient donc nourrir une forte proximité socioculturelle chez ces personnes, d'où l'intérêt de diversifier l'échantillon en fonction de ces facteurs pour atteindre une compréhension « plus en profondeur » du fonctionnement interne et des dynamiques à l'œuvre dans le monde à l'étude.

Par ailleurs, les observations, mais aussi les conversations occasionnelles de terrain menées parallèlement à la campagne d'entretien, ont permis de comprendre des enjeux plus localisés révélés par les témoignages. Ces connaissances topologiques acquises au fil de l'effort de terrain ont servi en outre à orienter les entretiens subséquents suivant une intention analytique précise, visant la saisie de l'intérieur de certains mécanismes, des activités des gens, de leur « vision du monde ». Les chapitres empiriques de la thèse ne présentent pas de compte-rendu d'observation : cette phase de la démarche de terrain n'a eu que le statut de pré-enquête; la validation scientifique étant apportée par les résultats de l'analyse approfondie des données qualitatives recueillies en entretiens.

Un recours à des données de cadrage quantitatif

À ce matériau de première main (entretiens, observations, conversations informelles) s'est ajouté une analyse spatiale (statistique) de la répartition résidentielle sur le territoire montréalais (RMR de Montréal) de différentes catégories socioprofessionnelles apparentées au groupe enquêté. Il s'agissait d'abord d'« objectiver » la situation résidentielle de nos

enquêtés en fonction d'un plus vaste échantillon de travailleurs afin d'obtenir une vue plus juste des logiques agrégatives ou ségrégatives potentiellement à l'œuvre dans l'espace résidentiel métropolitain montréalais. Dans une démarche géographique hypothético-déductive, il s'agissait également de vérifier, d'une part, l'hypothèse de comportements résidentiels relativement homogènes chez des professionnels dits créatifs et, d'autre part, l'hypothèse d'une similitude de comportements fondée sur des affinités électives avec la ville centre et son offre culturelle. L'exercice devait permettre au final d'interroger la cohérence des choix résidentiels de nos travailleurs avec les représentations, les préférences et les valeurs affichées dans l'espace du discours.

Cet essai de cartographie résidentielle s'est appuyé sur l'analyse de données statistiques issues d'une demande spéciale de données du recensement de 2001 de Statistique Canada, élaborée aux fins de ce travail de thèse. Pour discriminer les unités les plus significatives afin de soutenir une analyse en termes de centralité urbaine, les modalités (ou schèmes) de localisation résidentielle ont été définies selon un découpage géographique qui s'écarte sensiblement des définitions géographiques standards de Statistique Canada (c.-à-d. « noyau urbain », « banlieue urbaine », « banlieue rurale »). C'est plutôt un découpage alternatif de la région métropolitaine en trois grandes unités géographiques, faisant écho aux principales phases de l'expansion urbaine de Montréal, qui a été privilégié. En outre, un géoréférencement par codes postaux a été opéré afin de positionner le domicile de chacun des participants à l'enquête. La méthode mise en œuvre, la présentation et l'interprétation des résultats sont détaillées au chapitre 6.

Les sources secondaires

Enfin, d'importantes sources d'information secondaires ont été mises à profit. Plus exactement, quatre méthodes de recherche documentaire ont été jumelées: 1/ revue des écrits scientifiques portant sur l'industrie du jeu électronique et ses travailleurs (principalement dans les champs de la géographie économique, de la sociologie et des études culturelles); 2/ examen d'études produites ou commanditées par des organismes publics et associatifs (étude de marché, étude de balisage, etc.); 3/ suivi de l'actualité de l'industrie québécoise et montréalaise du jeu électronique, telle que rendue périodiquement par des organes d'information spécialisés (Lien Multimédia, Technoconvergence...); 4/ consultation régulière de sites, de blogues et de listes de diffusion dédiés à des enjeux relatifs la création vidéoludique.

Les entretiens de créateurs de jeux vidéo publiés dans les magazines et webmagazines ont permis d'enrichir une saisie de l'industrie du point de vue de ses travailleurs, tandis que deux études d'envergure, rendues publiques par l'International Game Developers Association (IGDA), ont constitué une ressource précieuse pour « objectiver » leur situation: *Quality of Life in the Game Industry: Challenges and Best Practices* (Laramée, 2004) et *Game developer demographics: An exploration of workforce diversity* (Gourdin, 2005). Un travail de recherche préliminaire a plus spécifiquement tâché de documenter la structuration du secteur du jeu vidéo à Montréal, ainsi que la situation de son personnel « créatif », au plan de ses cadres économique (conditions salariales et statut d'emploi), juridique (droits d'auteurs, droits d'expressions), et culturel (formation, association professionnelle). À cette enquête plus microsociologique a été combinée une mise en perspective des conditions sociales, culturelles, économiques et politiques favorables à la naissance et au développement de l'industrie du jeu vidéo à Montréal. L'exercice de synthèse s'est effectué en fonction du croisement et de l'examen critique de sources diverses : données statistiques officielles, publications gouvernementales, études existantes, presse et médias électroniques. Les résultats de ces analyses ont permis de « contextualiser » le terrain d'étude et alimenteront la réflexion au fil de la discussion.

La démarche d'analyse

Les données recueillies par entretiens individuels ont été analysées de façon qualitative. Suivant les principes de l'induction analytique, l'analyse s'est faite de manière progressive, de manière à ce que la réflexion théorique soit constamment combinée au travail pratique de la collecte, du traitement et de l'analyse des données. La recension des écrits scientifiques, continue et évolutive, a permis « à la fois de délimiter des catégories provisoires d'analyse et de se donner des pistes d'interprétations » (Deslauriers et Kérisit, 1997: 107). C'est dans ces allers et retours entre prise de connaissance de la littérature, recueil des récits, analyse et théorisation que s'est constitué l'objet d'étude et s'est progressivement élaboré un corps d'hypothèses et d'éléments théoriques.

Pour permettre l'exploitation approfondie des entretiens, ceux-ci ont été enregistrés et intégralement retranscrits sous forme de verbatims, puis lus en détail à plusieurs reprises. L'analyse a procédé selon les phases communément identifiées par les chercheurs qualitatifs, à savoir une phase de *transcription-traduction*, de *transposition-réarrangement* et de *reconstitution-narration* (Paillé et Mucchielli, 2003) ou, dit de manière similaire, de *réduction* des données, de *condensation* et de *présentation* des données (Miles et

Huberman, 2003). Les techniques d'analyse du matériau n'ont pas été dictées par la démarche structurée d'une technique d'analyse qualitative préétablie. Le processus qualitatif d'analyse s'est plutôt inscrit dans une approche générale d'analyse inductive, prenant appui sur une démarche personnelle d'appropriation, d'interprétation et d'émergence du sens des données.

L'analyse s'est effectuée selon deux axes de lecture : un axe vertical, visant à approfondir chaque récit en lui-même, et un axe horizontal, dont l'objectif était de faire ressortir des variables communes à tous les récits. Pour chacune des dimensions et sous-dimensions explorées, l'analyse s'est ainsi attachée à repérer les différences, les similitudes, les thèmes récurrents et la manière de les aborder, à la fois dans les récits individuels et dans les récits entre individus. En accord avec les principes d'une approche qualitative et inductive, la description en profondeur et la comparaison constante sont deux tâches qui se sont trouvées en compétition. Selon l'expression utilisée par Paillé et Mucchielli, la démarche en a été une « *d'analyse continue et comparative* » (2003: 26).

Une perspective analytique de type thématique a d'abord été appliquée¹²³. Cela a impliqué un découpage préalable des discours recueillis en unités de sens susceptibles d'être comparées et mises en relation. Pour ce faire, tous les entretiens ont été codés de manière systématique et selon un même plan. Ce plan de codage a été construit en fonction des thèmes ressortis de la problématique, puis a été réajusté après chaque collecte de données. Il a atteint une certaine stabilité après l'examen collectif des dix premiers récits de pratique recueillis. Bien qu'elles aient généré un travail lourd et parfois fastidieux, les opérations de codage ont plongé d'emblée dans l'analyse, permettant, d'une part, d'identifier des logiques d'action, des représentations, des croyances, etc. non décodées lors de la rencontre en direct et, d'autre part, d'affiner et de spécifier les interrogations initiales en un ensemble de thèmes ressortant à la lecture des retranscriptions.

Les données ont ainsi été organisées à l'aide d'un cadre descriptif et interprétatif assez large, construit à la lumière des dimensions et sous-dimensions explorées lors des entretiens et non nécessairement pressenties au départ de la recherche. Le logiciel d'analyse de

¹²³ Pourvu que l'on définisse l'analyse thématique comme un découpage généreux des transcriptions selon les grands thèmes de la recherche. Suivant la définition qu'en donne Paillé (1996: 186) : « l'analyse thématique consiste ainsi à procéder systématiquement au repérage des thèmes abordés dans un corpus et, éventuellement, à leur analyse, qu'il s'agisse d'une transcription d'entretien, d'un document organisationnel ou de notes d'observation » (1996: 186).

données textuelles QSR NUDIST (Non Numerical Unstructured Data Indexing and Theorizing) a servi de support à l'analyse. Ce logiciel sert à coder et traiter des données qualitatives non organisées. Il a été utilisé pour stocker les verbatims, élaborer des structures de classification, effectuer des recherches mécanisées et produire des rapports (synthèses et analyses thématiques) permettant un mouvement entre le spécifique et le global¹²⁴. Le codage des données, l'identification de rubriques thématiques et la délimitation de catégories semi-émergentes à l'aide de ce logiciel ont été conçus comme une phase de traitement intermédiaire, prenant place avant l'analyse proprement dite.

Il s'agissait en effet d'organiser les données pour permettre une première lecture transversale du corpus et faciliter le développement de classification à un niveau conceptuel plus élevé. Il s'agissait également de permettre l'exploitation comparative du matériau d'enquête par les membres de l'équipe du programme de recherche « Technoculture et emplois créatifs. Le multimédia à Montréal », dans la mesure où des questionnements théoriques similaires le permettaient. Le logiciel n'a donc pas été utilisé pour l'ensemble des opérations de traitement qu'il autorise. Il a servi essentiellement comme outil de gestion du matériel et pour construire la codification des données autour des grands thèmes de l'analyse (l'annexe V présente la grille de codification).

L'analyse conceptuelle ou compréhensive s'est appuyée sur le travail de codification effectué à l'aide de NUDIST, puis a été raffinée grâce à des procédures moins standardisées de traitement du corpus. La structure hiérarchique arborescente inhérente au logiciel QSR NUDIST n'est en effet pas sans le risque de standardiser l'analyse lorsque vient le temps de « recontextualiser » les données découpées et peut ainsi contraindre le jeu d'une pensée complexe et intuitive (Savoie-Zajc, 2000). C'est du moins l'impression que j'en ai eue. Pour ne pas perdre de la richesse du matériau, mettre en évidence les relations entre les thèmes et clarifier davantage le sens qui se dégage des données eu égard aux objectifs de la recherche, il m'est apparu nécessaire de jumeler au travail de codification réalisé à l'aide de

¹²⁴ Plus exactement, le travail de repérage thématique a conduit à effectuer une première codification des entretiens ligne par ligne, paragraphe par paragraphe. Dans un second temps, des regroupements de thèmes apparentés ont été effectués. Les réflexions et observations qui ont émergé durant le processus de codification des données (nouvelle hypothèse, correspondance entre plusieurs éléments de donnée, etc.) ont été systématiquement consignées, soit sous la forme d'un mémo théorique attaché à un nœud (*node*) de l'arbre thématique, soit sous la forme d'un commentaire inséré directement dans le document traité. De même, les données non verbales recueillies lors des entretiens ou toutes autres informations susceptibles d'éclairer l'analyste ont été consignées.

NUDIST un traitement « manuel » des données d'entretiens, visant la reconstitution sociologique des récits sous forme de portraits biographiques.

Dans un premier temps, et suivant l'approche d'analyse des récits de vie préconisée par Bertaux (2005), il s'est agi de procéder à la mise à plat de la structure diachronique des récits de pratique par le relevé temporel des événements ayant constitué le parcours biographique professionnel des individus. Cette mise en calendrier des parcours commandait l'exploration multidimensionnelle des discours livrés, puisque des histoires parallèles (résidentielles, affectives, etc.) sont inévitablement apparues tisser la trame narrative en différents points de croisements des récits. L'exercice a exigé une relecture minutieuse de l'ensemble des verbatim; le travail de reconstitution détaillée des biographies individuelles pouvant nécessiter de deux à trois jours d'effort selon la longueur ou la complexité des récits. Il a toutefois eu le net avantage de faire ressortir une mise en ordre d'événements subjectivement significatifs pour les personnes et, partant, d'offrir à l'analyse compréhensive l'articulation « *des traces d'un passé affecté de jugements de valeur, des descriptions d'un présent affecté d'évaluations, des anticipations d'un avenir affecté de conditions de possibilité ou de désirabilité* » (Demazière, 2003).

Dans un second temps, la recherche des convergences d'histoires individuelles, c.-à-d. la saisie des traits communs émergeant des histoires singulières, a conduit à remonter vers la découverte de logiques d'action, de processus ou de mécanismes sociaux internes au monde à l'étude, autorisant de fait la mise en concepts et en hypothèses de ces récurrences. Le travail de codification effectué à l'aide de NUDIST, puis la restitution du matériau biographique sous forme de portraits sociologiques ont ainsi autorisé une manipulation exhaustive des données (comparaison, mise en parallèle) et, de là, permis de répondre d'une manière assez complète — satisfaisante — aux interrogations spécifiques de la recherche, en plus de mettre en lumière plusieurs éléments d'intérêt en regard du questionnement général.

Conclusion

La réflexion méthodologique amorcée au chapitre précédent a été poursuivie dans ce chapitre en vue de permettre le passage de l'objet d'étude à l'objet de recherche. Sans qu'il soit utile de revenir dans cette partie conclusive sur l'ensemble des considérations méthodologiques exposées, il mérite de rappeler quelques éléments centraux à la construction et à l'application du dispositif d'enquête.

Motivée par l'état actuel des connaissances sur l'économie créative et ses territoires, l'investigation empirique a pour point de départ le « travailleur créatif », ses conditions d'activités, le sens qu'il donne à son activité, aussi bien que les espaces sociaux et territoriaux au sein desquels il s'inscrit et qu'il participe à construire. En privilégiant cette entrée par les travailleurs (le monde quotidien de la vie et du travail), la proposition méthodologique vise à dépasser une réduction de la ville à des questions de densité urbaine, pour interroger au plus près de la réalité des acteurs concernés les modalités concrètes d'éventuelles articulations productives et spatiales entre les activités industrielles technocréatives et l'animation artistique et culturelle dans laquelle elles se développent.

Plus exactement, l'objectif est de clarifier, par l'étude en profondeur d'un monde spécifique de la production, la consistance d'effets de type « milieu », de « lieu » et de « culture » évoqués au chapitre précédent, en suivant concrètement la piste des mobilités individuelles (professionnel, sociale, culturelle, géographique) suggérée par les cadres analytiques de la « ville créative ». La validité des schémas d'explication préétablis est mise à l'épreuve des faits par le biais d'une enquête qualitative microsociologique appliquée à une étude de cas unique : l'industrie du jeu vidéo électronique à Montréal et son personnel « créatif ».

Le choix du terrain et des acteurs se justifie par le fait que l'industrie du jeu électronique à Montréal peut être considérée à plusieurs titres comme l'industrie type de la nouvelle économie créative des villes (polarisation des activités de conception sur certaines aires urbaines, poids économique significatif, « modèle productif » fondé sur la combinaison créatrice d'art et de technologie). À cela s'ajoute le nombre relativement peu élevé de recherches empiriques visant à éclairer, à partir de cette industrie et de ses travailleurs, les logiques spatiales et plus spécifiquement territoriales de l'économie créative. Enfin, Montréal rassemble de manière significative une « offre » (une masse de population, d'organismes et d'animations artistiques) et une « demande » (des industriels technocréatifs), en plus de bénéficier, du moins en apparence, d'une volonté politique pour développer les potentialités « créatives » de son territoire. Si la présence d'actifs et d'activités culturels est susceptible d'entrer dans les composantes mobilisables d'une offre territoriale attractive et performante pour l'industrie technocréative locale, l'industrie du jeu électronique à Montréal devrait être à même d'en fournir les principaux enjeux.

Pour soutenir une visée inductive et exploratoire, la méthodologie de recherche est construite en accord avec les fondements et les postulats de la perspective ethnosociologique. L'enquête de terrain combine diverses méthodes de collecte de donnée,

et repose en premier lieu sur le recueil de récits de pratique auprès de créateurs industriels de jeux vidéo à Montréal (n=29). Ce groupe professionnel a été construit en considérant comme « artiste du jeu vidéo » un ensemble de travailleurs à la fois plus vaste et plus intégré que celui auquel invitent les dénominations indigènes au secteur. Cinq grands profils ou « métiers » rattachés à une activité artistique sont pris en compte: directeur créatif, concepteur de jeux, concepteur de niveaux, directeur artistique, concepteur d'interfaces (ç.à.d. illustrateur, animateur et infographiste).

Les principes de la diversification maximale et de la saturation ont servi à la constitution de l'échantillon et à son évaluation méthodologique. Les dimensions couvertes lors des entretiens ont porté sur différentes facettes de l'activité professionnelle, en lien avec le contexte de vie global des personnes. Une attention particulière a été attachée à cerner les conceptions et les valeurs de l'univers professionnel, les représentations et la nature de l'attachement à l'espace résidentiel d'adoption, ainsi que les pratiques de consommation culturelle « hors les murs » et leurs articulations à la sphère du travail.

Les trois prochains chapitres empiriques de la thèse ont été construits de façon à mettre directement en correspondance les résultats obtenus et les intuitions de recherche préalablement dégagées des écrits existants. Les questions relatives à la mobilité dans l'espace professionnel, dans l'espace des « pratiques culturelles » et dans l'espace résidentiel seront traitées respectivement et de manière successive, à l'intérieur de chapitres distincts. Les contours de l'« univers de sociabilité » dans lequel circulent les travailleurs rencontrés se préciseront au fil des différents chapitres.

CHAPITRE IV : LA MOBILITÉ SUR LES MARCHÉS DU TRAVAIL DE CRÉATION

Tel qu'on l'a vu au chapitre 2, les marchés métropolitains du travail de création sont présumés jouer un rôle de premier plan dans la formation d'un « écosystème » local ou localisé de l'innovation-créative, *via* le transfert sectoriel des compétences sur le bassin local d'activité, ainsi que les liens que ces marchés entretiennent avec les mécanismes de diffusion et de recombinaison d'idées nouvelles et de connaissances. La recension des écrits suggère que les possibilités d'appariement sur ce marché particulier du travail sont influencées positivement par la proximité spatiale, la densité géographique, ainsi que des conditions d'emploi et de productions apparentées (car axées sur l' « innovation créative », le couplage de dimensions artistiques et technologiques, une « logique par projets »). La pertinence de centrer ce premier chapitre empirique de la thèse sur la mise en correspondance des résultats et des hypothèses relatives à cette explication par le marché du travail se justifie d'un triple point de vue.

Du point de vue de la stratégie démonstrative, d'abord, puisque l'analyse de la mobilité professionnelle à partir des vies de travail ouvre sur une appréhension globale des enjeux individuels et collectifs à l'œuvre dans les situations professionnelles et sociales qu'il s'agit d'appréhender. D'un point de vue méthodologique, ensuite, par la difficulté de mesurer des flux d'informations et de connaissance par essence invisibles et le caractère plus aisément « mesurable » des échanges de main-d'œuvre entre entreprises et secteurs (Storper et Venables, 2002; Gaschet et Lacour, 2007). D'un point de vue observationnel, enfin, en raison des difficultés constatées de recrutement ou d'appariement sur le marché montréalais entre l'offre et la demande dans les métiers artistiques de la création numérique.

En effet, le président d'Alliance numériQc, Rémi Racine, joignait sa voix dernièrement à d'autres représentants de l'industrie numérique montréalaise pour alerter les décideurs privés et publics sur une pénurie de main-d'œuvre créative dans cette industrie, malgré la « surproduction » d'artistes que connaît la société québécoise (et qui apparaît, ici comme ailleurs, constitutive de l'évolution des marchés d'emplois culturels). Rémi Racine, qui est également président d'A2M, cette société de jeux vidéo citée en cas exemplaire de « *spillacross* » par Florida et ses collègues (Stolarick, Florida et Musante, 2005; Stolarick et Florida, 2006), s'étonnait plus particulièrement de la situation paradoxale que vivent les développeurs montréalais de jeux électroniques :

Bien que Montréal soit reconnu comme pôle de créativité mondial par excellence, croyez-le ou non, l'industrie du jeu vidéo manque de créatifs. Pourquoi ? En grande partie parce que l'industrie du jeu vidéo est peu ou mal connue, plus spécifiquement dans le milieu culturel où l'on souhaiterait recruter. (Racine, 2006: non paginé).

On verra que le recours à une compréhension plus qualitative, microsociologique et interactionniste des décisions et des possibilités qui ont trait à la participation au marché du travail permet d'offrir une explication alternative à cet apparent paradoxe d'un manque d'effectifs créatifs en contexte de « massification des talents », pour reprendre une formule du sociologue Pascal Nicolas-Le Strat (1998).

Précisions méthodologiques

Chacun des 29 parcours socioprofessionnels sur lesquels s'appuient les hypothèses et les observations présentées dans ce chapitre a fait l'objet d'une reconstitution détaillée. Cette reconstitution s'est effectuée à partir du relevé systématique des événements biographiques « objectivables » ou « quantifiables » des parcours effectifs (cursus professionnel, nombre de changements d'emplois et d'organisations et nature de ces changements), en lien avec le contexte de vie global des personnes. En accord avec la méthode des récits de vie, la reconstitution de ces histoires professionnelles a été plus spécifiquement centrée sur une tentative de saisi et d'agencement des éléments objectifs (opportunités et contraintes sociales) et subjectifs (attentes, représentations) des itinéraires biographiques. L'attention portée aux représentations, à la construction de sens, aux motivations des gens dans leur parcours professionnel a ainsi commandé une définition de la mobilité entendue comme la volonté (et non seulement la capacité) à changer de position dans un espace réel ou virtuel et, secondairement, le mouvement effectif.

En fonction de l'interrogation de départ (le marché du travail dans les métiers de la création numérique peut-il être considéré comme un vaste marché multisectoriel et indifférencié?), une série de questions spécifiques ont formé le canevas d'une réflexion exploratoire : quels sont les mécanismes et les conditions de la mobilité de la main-d'œuvre sur ce marché particulier du travail ? Les mouvements intersectoriels obéissent-ils à des logiques de proximité technologique, économique, géographique (urbaine), sociale ou culturelle ? Le nomadisme inter-organisationnel est-il institué en véritable culture chez les professionnels de la création numérique ? Dans quelle mesure les phénomènes de mobilité intersectorielle sont-ils d'ordre spatial ?

La présentation des résultats s'articule autour de la discussion analytique et interprétative de trois phénomènes, qui sont apparus plus particulièrement prégnants sur le terrain de l'enquête : 1/ des effets de cloisonnements induits à l'entrée du secteur du jeu vidéo par une mobilisation sélective de la main-d'œuvre; 2/ une stabilisation sectorielle des parcours à la faveur d'un enracinement professionnel dans les métiers du *game design*; 3/ des formes d'échappées hors du secteur de la création industrielle vidéoludique, qui nuancent plus qu'elles ne remettent en cause la règle générale de l'ancrage sectoriel et professionnel. Ces trois phénomènes invitent au minimum à complexifier la lecture des situations de mobilités professionnelles qui, de prime abord, c.-à-d. au vu d'un certain nombre de dimensions objectives, peuvent laisser croire, comme on le verra tout de suite, à l'existence d'un vaste marché indifférencié du travail de création.

Une population à première vue mobile et hétérogène

La population enquêtée permet d'observer trois grandes situations sur le marché du travail : 1/ l'insertion professionnelle (moins de trois ans sur le marché du travail); 2/ le travail autonome ou indépendant ; 3/ le travail salarié en entreprise. Au moment où elles ont été rencontrées, deux personnes peuvent être considérées en situation d'insertion professionnelle (Sébastien, Justin). Six autres ont un statut de travailleur autonome : cinq sont à la tête d'un studio de création de jeux vidéo (Jean, Vincent, Alexandre, Laurent, Mathieu), tandis qu'une autre travaille à son compte comme « *freelance* », c.-à-d. sans avoir d'employé ou faire appel à des travailleurs autonomes (Louis-Martin). La majorité des enquêtés (21 sur 29) peut être considérée comme salariée en entreprise, si on inclut dans cette catégorie un cas « limite » de salarié en contrat à durée déterminée et renouvelée plus d'une fois par l'employeur (Hélène), ainsi que deux individus en situation d'interruption de travail, suite à un licenciement récent pour l'un (Dominic) et à un départ volontaire pour l'autre (Jean-Michel). Bien que ces deux dernières personnes aient chacune exprimé l'intention de se retirer au moins temporairement du marché du travail pour se consacrer à des projets personnels de création, leur démarche de reconversion professionnelle en est à ses tout débuts et engage un futur incertain. Pour cette raison, elles sont considérées aux fins de l'analyse comme ayant un statut de travailleur salarié en chômage.

La prédominance dans l'échantillon des employés salariés en entreprise reflète la difficulté au cours du processus d'échantillonnage à faire globalement varier la population en fonction du statut du travailleur. On verra que cette difficulté peut trouver ses raisons dans la réalité même du marché du travail propre au secteur industriel de la création vidéoludique.

Les personnes rencontrées en entretien sont en moyenne depuis neuf ans et demi sur le marché du travail. Aucune des histoires professionnelles n'est marquée de façon significative par des périodes de chômage ou d'inactivité. Le travail salarié à temps partiel est également rare et se conjugue, dans le seul cas qui s'observe, à des études autodidactes entamées après une première expérience professionnelle de courte durée (Naomi). Si on exclut l'autodidaxie et la formation en emploi (deux pratiques apparues de manière relativement courante dans les historiques professionnels), le retour en formation après la sortie du système éducatif se rencontre à quatre autres occasions. Dans ces cas, la reprise d'études se fait à temps plein, sur une durée de six mois à deux ans, dans un établissement universitaire ou privé. Au-delà de ces éléments, la caractéristique première des histoires individuelles et collectives tient sans conteste à des parcours professionnels édifiés sur le passage dans plusieurs organisations.

Des changements fréquents d'employeurs

Approchée sous l'angle des parcours effectifs, ce qui frappe à première vue dans l'échantillon d'enquête tient à la forte proportion des personnes pouvant être considérées mobiles, c'est-à-dire qui se sont déplacées d'une organisation à une autre indépendamment du secteur d'activité, par rapport aux personnes non mobiles, c'est-à-dire qui, une fois entrées au service d'une entreprise ou d'un établissement, y sont restées¹²⁵.

En effet, depuis la sortie de la formation initiale, seules trois personnes n'ont connu qu'un employeur unique au cours de leur vie active (Olivier, Thomas, Alain). Règle générale, la réalité du marché du travail chez ces personnes se traduit par l'enchaînement du travail autonome (contractuel), du travail salarié en entreprise ou d'une fonction de dirigeant de société. Ainsi, quinze personnes se sont mises à leur compte ou ont créé leur propre entreprise à un moment ou à un autre de leur vie professionnelle. En tout état de cause, plus de la moitié des itinéraires professionnels passe par un épisode de travail autonome ou de travail indépendant. Chez ceux qui ont maintenu un statut de salarié, la très forte majorité a effectué, au moins une fois au cours de la vie active, un changement d'établissement. Un de

¹²⁵ Il n'est pas rare que les grandes et moyennes entreprises actives dans la création et le développement de jeux vidéo soient des sociétés possédant une ou plusieurs filiale(s) ou une ou plusieurs succursales. Aussi, la notion d'établissement est-elle parfois préférable à celle d'entreprise pour rendre compte de la mobilité intrasectorielle du travail, c.-à-d. la mobilité individuelle des travailleurs entre une entreprise industrielle (en l'occurrence, un studio de développement) et une autre entreprise du même secteur d'activité.

ces travailleurs a connu jusqu'à sept employeurs différents depuis son entrée sur le marché du travail il y a quatorze ans.

Si, pour l'ensemble de la population enquêtée, les changements d'employeurs sont fréquents, ils sont par ailleurs peu espacés : de deux à cinq ans en moyenne. De fait, la mesure globale des mouvements inter-firmes montre une circulation des personnes sur le marché du travail assez considérable. De manière révélatrice, c'est au moins cinq participants à l'enquête qui, depuis le moment où ils ont été rencontrés en entretien, ont changé d'employeurs.

Des points d'origine au point de destination

Ce constat de mobilité externe, aussi affirmé soit-il, ne dit toutefois rien sur la fluidité du marché du travail de création si, bien sûr, on n'interroge pas plus directement la circulation des personnes entre les secteurs. À cet effet, l'étendue et l'orientation des mouvements intersectoriels méritent tout d'abord d'être appréciées en considérant les parcours d'entrée dans le secteur du jeu vidéo. Pour ce faire, deux indicateurs ont été pris en compte : 1/ la relation formation-emploi observée dans l'accès aux métiers du *game design*, 2/ le secteur d'accès initial au marché du travail.

Des cursus de formation hétérogènes

Les résultats obtenus pour l'ensemble de l'échantillon d'enquête montrent que l'accès à un premier emploi rémunéré après la sortie du système scolaire se fait minimalement avec un certificat de fin d'études secondaires en poche. Dans les années qui suivent les premières expériences du monde du travail, le retour aux études n'est toutefois pas rare. Ainsi, au moment de l'entrée dans le secteur du jeu vidéo, les enquêtés sont tous munis d'une formation et d'un diplôme de niveau postsecondaire, obtenus dans une filière technique ou professionnelle supérieure : neuf d'entre eux possèdent une formation professionnelle de niveau collégial, tandis que les vingt autres ont suivi un programme d'enseignement universitaire, le plus souvent de niveau élevé (onze personnes détiennent une maîtrise ou un doctorat).

Les profils de formation sont cependant assez hétérogènes. Les individus ont emprunté des filières de formation relativement diversifiées; ces filières se répartissant au sein des grands domaines des sciences humaines, du droit, des sciences de l'administration et des sciences pures. Sans présager du lien entre ces formations et l'emploi, l'accès aux métiers du *game*

design apparaît faiblement lié à la possession d'une formation qualifiante de nature spécifique au secteur. Cette hétérogénéité des profils de formation étonnera peu le lecteur des annonces d'offres d'emploi en 2004-2005: en effet, des descriptions de postes généralement très évasives sur le type de qualification recherchée singularisent le groupe professionnel au sein des spécialités du jeu vidéo¹²⁶.

Le fait que plus de la moitié de la population d'enquête soit passée par au moins un autre secteur d'activité avant d'aboutir à sa localisation actuelle renforce l'impression de faibles barrières à l'accès aux métiers du *game design*. Regroupées en fonction des similitudes dans le secteur d'accès initial au marché du travail, les trajectoires d'insertion professionnelle suivies par chacune des personnes permettent de dégager trois grandes familles de parcours d'entrée dans le secteur du jeu vidéo : 1/ l'accès immédiat; 2/ un passage de l'art à l'industrie; 3/ une circulation entre différents secteurs de la création industrielle.

Trois grandes familles de parcours d'entrée

Un accès immédiat. Une première grande famille de parcours se caractérise par des trajectoires d'entrée immédiate ou presque immédiate après la sortie du système éducatif. Ces trajectoires sont celles de jeunes diplômés en cinéma, en lettres, en design graphique, en informatique ou en administration, d'emblée recrutés comme salarié temps plein en entreprise (François, Thomas, Alain, Benjamin, Dominic, Sébastien, Marc), parfois suite à un emploi d'été ou un stage professionnel chez l'employeur (Justin, Olivier, Louis-Martin). Ces trajectoires sont aussi celles de dirigeants d'entreprise dont l'itinéraire professionnel est impulsé dès l'entrée dans la vie active par un projet de création de studio de jeux vidéo (Vincent, Alexandre, Laurent, Mathieu). Chez ces entrepreneurs, les cursus de formation sont également passablement diversifiés et peuvent paraître de prime abord peu conformes au profil entrepreneurial : technique ou baccalauréat en sciences informatiques, études de droit, baccalauréat en physique.

De l'art à l'industrie. Une deuxième grande famille de parcours correspond à une entrée dans le secteur du jeu vidéo qui fait suite à une première expérience du monde du travail

¹²⁶ Je rappelle que, au moment où fut menée la campagne d'entretien, aucun diplôme n'est nécessaire pour pénétrer sur le marché de la création industrielle de jeux vidéo et les postes de *game designers* ne sont pas subordonnés à la détention de tel ou tel titre. Par ailleurs, il n'existe guère de programmes de formation spécifiques suffisamment institutionnalisés pouvant apparaître comme un point de passage obligé dans la fourniture de ces emplois.

dans les secteurs non marchands ou plus traditionnels de la création artistique (de l'économie culturelle subventionnée), en l'occurrence : les arts visuels, les arts de la scène, la création littéraire et l'écriture cinématographique. Dans tous les cas, cette expérience du monde du travail artistique se fait dès l'entrée dans la vie active et s'inscrit dans la continuité de la formation initiale. Elle est cependant de durée très variable : soit elle s'échelonne sur à peine quelques mois (Sean, Nicholas, Erwan, Nigel, Naomi), soit, tout au contraire, elle s'étend sur plus d'une décennie (Jean-Michel, Hélène). La réorientation professionnelle vers le secteur industriel du jeu vidéo a parfois impliqué un retour préalable aux études (Erwan, Naomi, Jean-Michel, Hélène). Cela s'avère notamment pour une des deux personnes (Hélène) qui ont effectué un passage long dans les secteurs des arts subventionnés avant d'investir celui de la création industrielle de jeux vidéo. J'exposerai plus loin et en détail les motivations de ces réorientations.

Autour de la création industrielle. Une troisième grande famille de parcours se distingue des deux autres par des passages vers le secteur du jeu vidéo en provenance d'autres secteurs de la conception industrielle et d'autres types de métier artistique à visée commerciale. Elle regroupe les parcours de personnes qui, avant de migrer vers le secteur proprement dit de la création industrielle vidéoludique, ont investi professionnellement des secteurs d'activités liés aux industries traditionnelles du design (au sens large) et de la communication, et dont l'évolution est marquée par l'intégration progressive depuis les années 1990 de l'Internet et des technologies numériques : design industriel, design graphique, publicité et marketing (Lison, Stéphane, Patrick, Gustavo, José, Francis). Si la majorité de ces personnes a effectué un passage par des industries connexes plus anciennes et plus développées, cette famille de parcours concerne également des personnes pour qui la situation professionnelle actuelle se veut la continuité d'une « carrière » amorcée dans le secteur plus récent du web design, au travers d'activités de conception de jeux vidéo sur Internet (jeux ludo-éducatifs ou jeux promotionnels) pour de petites sociétés d'édition multimédia (Jean, Sophie).

En somme, les trajectoires d'entrée immédiate dans le secteur industriel du jeu vidéo concernent un peu moins que la majorité des personnes qui composent l'échantillon (14 sur 29). Le reste des travailleurs présente des parcours d'entrée qui se distribuent à peu près à parts égales entre les deux autres familles de parcours identifiées, 7 d'entre eux ayant effectué un passage de l'art à l'industrie. En regard de la diversité des points d'origine de déplacement vers le secteur du jeu vidéo (cursus de formation et emplois antérieurs rémunérés), le monde professionnel du *game design* apparaît donc non seulement composé d'une population mobile, mais aussi hétérogène. Sans doute, la suppression du filtre

classique du « C.V. » dans l'accès aux emplois autorise une absorption d'entrants issus de formation et de milieux professionnels relativement disparates. Il est également raisonnable de penser que des conditions d'emploi et de productions apparentées, ainsi que la proximité géographique de bassins d'emplois connexes ou apparentés puissent jouer en faveur d'une ouverture du bassin de recrutement à un vaste bassin de main-d'œuvre locale, dotée de compétences artistiques ou culturelles. Cela suffit-il pour conclure à l'existence d'un marché indifférencié du travail de création sur l'agglomération montréalaise? Il y a en fait à ce sujet bien des nuances à apporter. Comme on le verra dans les prochaines sections, une série de constats contraires émergent des données d'enquête; le premier tenant au fait que le *game design* n'est assurément pas un métier aussi ouvert qu'il y paraît de prime abord.

Des processus d'exclusion sélective

Si les créateurs industriels de jeux vidéo ne se caractérisent pas tous par une vocation précoce et affirmée du « métier », une très forte majorité d'entre eux partage toutefois un même passé de joueur sur lequel asseoir une légitimité et une crédibilité professionnelles. Cette familiarité initiale avec le monde du jeu, en particulier avec l'univers de la création vidéoludique, est, à la lumière des informations recueillies sur le terrain, une donnée de contexte fondamentale pour comprendre la réussite de l'insertion professionnelle dans l'industrie du jeu vidéo.

L'atout du savoir d'expérience

La notion de socialisation anticipatrice (Merton, 1965) s'avère particulièrement utile pour éclairer le parcours professionnel des travailleurs rencontrés. Cette notion désigne en sociologie des professions et en sociologie du travail le processus de projection personnelle dans une carrière future, par lequel l'individu intègre les valeurs et les codes de conduites d'un groupe (de référence) auquel il désire appartenir. Cette socialisation à distance permet à l'individu d'organiser ses comportements autour du groupe référant afin de s'y faire intégrer (Dubar, 2000: 139-142). Or, dans le cas qui nous occupe, le processus d'acquisition des normes et des valeurs en vigueur dans le groupe professionnel d'appartenance s'est vraisemblablement exercé de manière « anticipatrice », au moment des années de formation et bien plus en aval encore chez ceux, nombreux dans l'échantillon, fascinés par l'univers du jeu vidéo depuis leur jeune âge. Comme le dit l'un d'eux :

Je crois que je joue avec un regard professionnel depuis que j'ai douze ans. Ce n'est pas drôle ! Je me demande toujours comment ils font, pourquoi ils le font, qu'est-ce

qu'ils ont fait... J'ai été marqué par Tomb Raider sur PlayStation 1, Warcraft a été marquant, Resident Evil a été marquant » [...]. [Alexandre, 34 ans, entrepreneur]

Lors de cette phase de socialisation préprofessionnelle, la « transmission-assimilation » du métier s'est effectuée par l'entremise d'une consommation domestique de jeux de toutes sortes (jeu de table, jeu de rôle sur plateau, jeu de rôle grandeur nature, jeux vidéo), mais aussi à travers la lecture de magazines spécialisés, la participation à des manifestations et à des événements dédiés (tournoi de jeux en réseau (*LAN Party*¹²⁷, salon professionnel, etc.) ou, encore, la création de jeux vidéo amateurs ou semi-professionnels (plusieurs ont été des créateurs de *MUD* et des moddeurs¹²⁸ invétérés (Naomi, Vincent, Louis-Martin, Benjamin). Comme nous le raconte Thomas :

J'ai tout le temps joué un peu aux jeux vidéo, ça a toujours fait partie de ma vie. Ça a toujours été un rêve. En fait, chez nous, on n'achetait pas les consoles, c'était juste chez mes amis. Donc, je connaissais quand même assez bien. J'ai fait beaucoup de lectures aussi, de magazines. Je me souviens à l'époque, [inaudible] c'était un magazine très particulier qui existe plus et qui s'appelait Next Generation. Ça, je m'empêchais de manger le midi pour pouvoir m'acheter la revue parce que j'ai trouvé ça intéressant et intelligent ce qui se lisait. [Thomas, 31 ans, directeur créatif]

Au-delà de la seule pédagogie, c.-à-d. de l'acquisition pratique d'une « compétence » vidéoludique et d'habiletés inhérentes au métier, ces divers vecteurs de médiation ont vraisemblablement constitué un vaste ensemble de dispositifs de socialisation préprofessionnelle qui a permis l'intériorisation, par avance, des normes et de la culture des membres du « groupe de référence ».

Au tournant des années 2000, alors que les dispositifs formels de formations professionnelles aux métiers du jeu vidéo sont rares pour ne pas dire inexistantes, ce savoir d'expérience ou savoir préprofessionnel se substitue en partie à la formation en milieu de

¹²⁷ « Une LAN party [Lan : Local Area Network] est un rassemblement éphémère au cours de laquelle un groupe de participants, ayant chacun un ordinateur attribué, joue en réseau local à des jeux vidéo multijoueurs. Ce rassemblement peut durer entre une après-midi et une semaine. » (Wikipédia : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Lan-party>).

¹²⁸ Un MUD [multi-user dungeon] est l'appellation générique des jeux de rôle informatisés précoces basés sur les échanges textuels. Apparus à la fin des années 1970, ces jeux sont hébergés par un serveur sur Internet et sont généralement gratuits. Ils sont les précurseurs des MMORPGs actuels (Massive Multiplayer Online Role-Playing Game) qui, pour la plupart, sont des entreprises commerciales. Les MUDS ne doivent pas être confondus avec un autre type de jeux vidéo, le MOD (de l'anglais *mod*, abréviation de modification). En effet, le MOD « est un jeu vidéo créé à partir d'un autre, ou une modification du jeu original, sous la forme d'une greffe qui se rajoute à l'original, le transformant parfois complètement. [...] Les mods sont créés par le grand public et tout utilisateur d'un ordinateur est susceptible d'en créer un ». (Wikipédia : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Mod>).

travail et à l'apprentissage sur le tas. Comme le dit bien un employeur: « *it is easier to train a gamer to produce graphics for games, then it is to train a skilled graphical artist to do good game graphics* » (cité dans: Zackariasson, Styhre et Wilson, 2006: 424). L'incorporation de dispositions professionnelles attendues par le groupe des pairs en charge du recrutement constitue un élément facilitateur de l'exercice du travail, comme de l'accès à l'emploi.

L'importance de ce bagage « dispositionnel » acquis avant la socialisation professionnelle proprement dite semble d'autant plus jouer dans la réussite de l'insertion professionnelle que des mécanismes forts de cooptation président à la construction du marché du travail. Différents auteurs, dont Basset-Jones (2005: 172) et Kline, Dyer-Witthford et De Peuter (2003: 200), suggèrent qu'une discrimination positive des gamers à l'embauche teinte les pratiques de recrutement de l'ensemble des entreprises de l'industrie du jeu vidéo :

This [l'industrie du jeu vidéo] is a youth industry that recruits from the culture it has created: a culture of a male adolescent, fascinated with technology, familiar with game design not just by constant play but by the editing capacities that allow players to design and share their own levels of games such as Quake. (Kline, Dyer-Witthford et De Peuter, 2003: 200).

Cohendet et Simon (2007) confirment l'effectivité de la pratique sur le terrain montréalais¹²⁹. Mes propres résultats d'enquête vont également en ce sens. À Montréal, comme dans d'autres pôles de développement de l'industrie du jeu vidéo, l'insertion en emploi apparaît bien souvent réglée par des principes de cooptation qui organise le filtrage sur la base d'affinités électives, empreintes de machisme et de jeunisme : mieux vaut être un passionné de jeux vidéo, jeune, anglophone et de sexe masculin. Si la systématisation de la prise en compte de ce type de critères « identitaires » dans le recrutement et la sélection par les pairs n'a pas échappé aux observateurs, le « cas » de Montréal permet d'en expliciter et d'en approfondir les rouages.

¹²⁹ « While the job announcements put the emphasis on the technical job description, the hiring interview generally focuses at one point on the former experience of the candidate with videogames and the game culture. This is true with hiring game-designers, developers, and graphic artists, but — surprisingly enough — it also matters with administrative and management positions». (Cohendet et Simon, 2007: 600-601).

Un filtrage discret

La sélectivité sexuée du marché du travail

Les observations menées sur le terrain d'enquête ainsi que la difficulté à globalement diversifier l'échantillon en fonction de la variable genrée ont tôt fait de donner à voir le secteur de la création industrielle de jeux vidéo comme un bastion masculin auquel les femmes accèdent peu. La sous-représentation des femmes dans les métiers relatifs à la création de jeux vidéo est un phénomène bien établi et largement documenté par les études existantes. Une enquête par sondage conduite en 2005 pour le compte de l'International Game Developers Association (IGDA) auprès de ses membres (6 437 réponses traitées) évalue à 11,5 % la proportion de la main-d'œuvre féminine dans l'industrie du jeu vidéo. Les fonctions les plus directement liées à la création du jeu vidéo (relatives aux métiers du design, du graphisme et de la programmation, notamment) sont très majoritairement occupées par les hommes (Gourdin, 2005). Au Canada, les études confirment le faible poids démographique des femmes dans cette industrie :

Merely 10%-15% of Canada's games-workforce is female and very few women have positions at the executive level. While there are some women in art and in producer roles, women are disproportionately represented in reception, marketing, and human resources. (Dyer-Witthford et Sharman, 2005: 203).

Lallement (2003) parvient à des conclusions similaires pour le cas français. En somme, d'un côté comme de l'autre de l'Atlantique, la féminisation des marchés de main-d'œuvre artistique ne se reflèterait pas dans les effectifs « créatifs » de l'industrie du jeu vidéo, en dépit de l'attrait que pourrait exercer auprès d'une main-d'œuvre féminine ce type d'activité hybride, mixant « art » et « technologie »¹³⁰.

Dans la foulée des analyses féministes et à la suite notamment de Cassell et Jenkins (1998), Roan et Whitehouse (2007) donnent pour explication au nombre relativement faible de *game designers* féminins la prégnance dans ce secteur d'activité des schémas usuels de ségrégation sexuelle verticale des emplois. Plus exactement, ces auteures soutiennent que, sous les effets de la domination masculine, non seulement les postes de direction et les

¹³⁰ À l'aube des années 2000, certains analystes prédisaient l'augmentation rapide des profils féminins dans les nouveaux secteurs liés aux TIC, en particulier dans les activités à caractère artistique de la création industrielle multimédia. Ce type d'activités était en effet supposé plus conforme aux aspirations et aux « compétences féminines » (voir sur ce sujet : Amanda Roan et Gillian Whitehouse (2007).

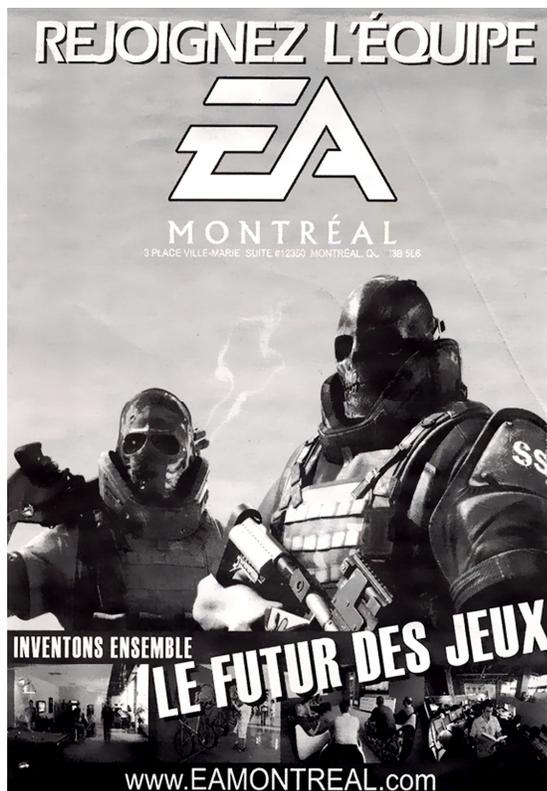
fonctions les plus prestigieuses sont le plus souvent « réservés » aux hommes, mais les femmes, lorsqu'elles ne sont pas reléguées aux tâches administratives, évoluent dans un univers aux valeurs foncièrement masculines : l'industrie est contrôlée majoritairement par des hommes, cible un public avant tout masculin, valorise à travers ses productions une culture largement empreinte de valeurs perçues comme masculines (la prise de risques, la virilité, le courage, le déni du danger, la force physique, la résistance) et véhicule une image de la femme qui est souvent peu flatteuse, voire dégradante (Roan et Whitehouse, 2007: 30)¹³¹. La ségrégation sexuelle des emplois dans le secteur industriel du jeu vidéo traduirait ainsi selon elles les effets d'une idéologie « patriarcale ».

Les femmes rencontrées en entretien n'ont toutefois pas exprimé le sentiment d'être victimes de discrimination fondée sur le sexe, à l'embauche comme dans la carrière. Cela mène à penser que la partition sexuelle de l'emploi qui s'observe dans le secteur pourrait reposer sur les effets de stéréotypes qui ne sont pas forcément ceux de l'employeur qui recrute ou « gère » le cheminement professionnel, mais découlent d'une discrimination antérieure prévalant, par exemple, dans le système d'éducation. Néanmoins, l'échec relatif qu'aurait connu une vague d'entrepreneuriat féminin dans les années 1990, ainsi que les difficultés auxquelles affirment devoir faire face aujourd'hui encore les créatrices d'entreprise en jeux vidéo tendent à soutenir l'hypothèse d'un univers professionnel relativement fermé aux femmes¹³². Un regard jeté sur les annonces d'offre d'emploi publiées dans les quotidiens montréalais au cours de la période d'enquête laisse en outre penser que la communication de recrutement participe sans doute à opérer une « sélectivité à distance », qui, sciemment ou non, exclut précocement du marché du travail une frange non négligeable de demandeurs d'emploi, en affichant des valeurs largement considérées comme des attributs de la masculinité. Publiée en 2006 dans le journal *Les Affaires*, cette annonce, par exemple, laisse peu de doutes sur le « profil identitaire » du candidat recherché, en dépit du silence des mots sur les critères effectifs d'embauche.

¹³¹ Tandis que les représentations culturelles du genre demeure l'un des sujets les plus travaillés par les chercheurs qui s'intéressent aux contenus des jeux vidéo (Rueff, 2008: 144-145), les sites Internet dédiés aux amateurs regorgent d'articles coup de gueule sur la manière dont l'industrie use et abuse de l'image de la femme objet, se coupant par là même de toute une part de leur public potentiel. Voir par exemple le billet d'humeur de N. Douglas (2008) au <http://gawker.com/345187/im-not-offended-im-just-bored-why-gaming-journalism-should-stop-treating-women-like-meat>.

¹³² Ces remarques s'appuient sur le témoignage de Heather Kelly, coprésidente de 2001 à 2008 du Groupe d'intérêt spécial de l'IGDA pour la présence des femmes dans l'industrie des jeux vidéo, qui nous faisait part lors de discussions informelles de sa propre expérience.

Figure 4. Des offres sélectes



Source : Les Affaires, 4 novembre 2006.

La sélectivité sexuée du marché du travail n'est pas spécifique au secteur du jeu vidéo et a été mise en évidence par différents sociologues dans d'autres contextes de travail, y compris dans d'autres types d'activités artistiques ou mondes de l'art. Elle apparaît particulièrement présente dans les nouveaux secteurs industriels de la création numérique, alors que la dominance masculine est démographiquement forte pour l'ensemble de l'industrie du multimédia. Une enquête menée par l'Australian Bureau of Statistic, citée par Gibson et *al.* (2002), indique que 72 % des emplois dans ce domaine sont occupés par des hommes. Susan Christopherson (2002, 2004) suggère pour sa part, à partir de données nord-américaines, que les hommes ont un taux de survie professionnelle dans le multimédia bien supérieur à celui des femmes. En ce sens, le domaine du multimédia s'apparenterait moins aux domaines artistiques qu'aux domaines des sciences et techniques, dans lesquels les femmes s'avèrent historiquement en très forte sous-représentation.

La barrière de la langue

Un deuxième facteur d'exclusion dans les métiers du jeu vidéo à Montréal tient sans doute à l'imposition « douce » de l'anglais comme langue de travail. La discrimination due à la langue maternelle des individus (linguicisme) est, à ma connaissance, un aspect très peu traité par les études conduites sur le travail dans le secteur du jeu vidéo, comme au sein du champ des études culturelles en général. Or, à Montréal tout au moins, l'intégration du marché du travail et la progression en carrière impliquent clairement pour les aspirants de toute origine non seulement la maîtrise de la langue anglaise, mais une anglicisation à plus ou moins court terme. De manière significative, trois répondants francophones ont demandé à ce que l'entretien d'enquête se déroule en anglais; un quatrième faisant pour sa part usage d'un « français » pour le moins déroutant.

Mes données d'enquête ne permettent pas d'avancer qu'il y a discrimination systématique à l'embauche envers les non-anglophones. Toutefois, plusieurs indices recueillis sur le terrain renforcent l'impression d'un univers professionnel fortement anglicisé, où la maîtrise de l'anglais constitue sans doute un prérequis pour qui veut en faire partie: le fait, par exemple, que deux immigrants anglophones de longue date (Nicholas et Sean) affirment sans détour ne pas être en mesure de converser en français avec leurs collègues de travail. Le fait, aussi, que les réunions régulières du chapitre montréalais de l'IGDA se déroulent majoritairement dans la langue de Shakespeare, en dépit d'une assemblée composée d'une forte proportion de francophones.

Les acteurs rencontrés sur le terrain justifient l'usage de l'anglais comme langue de travail par les réalités d'une économie désormais mondiale ou mondialisée : l'anglais est la langue véhiculaire mondiale, que cela plaise ou non. Les gains très concrets associés à la maîtrise de la langue anglaise (de la culture anglophone) sont présentés tant sur le plan de l'emploi (appariement de l'offre et de la demande, relation avec les collègues de travail), que sur celui du développement des relations d'affaires et de la conquête des marchés les plus lucratifs. Les trois extraits d'entretiens présentés ci-dessous témoignent de cette « nécessaire » anglicisation du milieu de travail dans un contexte d'internationalisation des marchés. Deux interlocuteurs de langue maternelle française — l'un entrepreneur, l'autre salarié — mettent d'abord de l'avant les intérêts de l'entreprise :

[Interviewer]: So, you're perfectly fluent in both languages. You use more French or English?

[Laurent]: Really depends. At work, I use English.

[Interviewer] That's because of technical terms and stuff like that?

[Laurent]: It's because many of the companies that we deal with are outside of Montréal. In fact, they're outside of Canada. And so English is a business language unfortunately so... It's the one I usually use. [**Laurent**, 27 ans, entrepreneur]

Alain reprend les arguments:

C'est sûr que nous à l'intérieur du travail on est appelé à travailler en anglais parce que si l'on se limitait au français on serait limité dans le bassin de candidats potentiels pour travailler sur les mêmes postes et on ne serait pas capable de trouver ces gens. Avec l'anglais, on peut aller chercher des gens de partout, que ce soit en Angleterre, en Australie, les États-Unis, la Russie, la Chine. Il faut nécessairement être capable de communiquer avec ces gens-là. [...] moi je pense que ça fait partie des réalités de l'industrie. Si l'on veut vraiment compétitionner à l'échelle mondiale, on ne pourra pas imposer la langue aux personnes que l'on engage. [**Alain**, 32 ans, directeur créatif]

Questionnée sur d'éventuelles tensions linguistiques entre francophones et anglophones dans un environnement de travail où, là encore, « tout se passe en anglais », Sophie pointe pour sa part l'intérêt pour les salariés de préserver un climat de travail convivial :

C'est ça qui est le fun à voir : il n'y a pas de tension parce que c'est un milieu où c'est à 90 / 10 % [en faveur de l'anglais]. Dès que tu arrives dans un milieu qui est complètement moitié/moitié, ça crée des tensions. [**Sophie**, 30 ans, conceptrice de jeux]

Cette imposition « douce » de l'anglais comme langue de travail soulève plus largement la question des impacts au niveau local d'une mondialisation économique aux effets potentiellement homogénéisant ou uniformisants sur le plan culturel. La question est, à différents niveaux, transversale à toute la problématique du lien au « local » qu'entretient l'industrie mondialisée du jeu vidéo et j'aurai l'occasion d'y revenir.

Une conception du métier porteuse de discrimination

Au-delà de cette question du genre et de la langue, les processus d'exclusion sélective qui s'observent trouvent à travers les données de terrain d'autres explications, qui mettent cette fois de l'avant des facteurs plus spécifiques au secteur de la création industrielle vidéoludique.

En effet, les témoignages recueillis mettent en évidence l'existence d'un mode très spécifique d'évaluation et de reconnaissance de l'expertise professionnelle, fondé sur des critères peu objectivables et qui dépassent le cadre strict des habiletés techniques. Plus

exactement, une croyance profondément enracinée dans l'univers industriel veut que le succès d'un jeu vidéo, de quelque nature qu'il soit, réside dans les notions très subjectives de « fun » et d'immersion. Aussi, les compétences spécifiques reconnues aux concepteurs de jeux tiennent moins à un savoir-faire technique autorisant des prouesses technologiques ou artistiques qu'à une intelligence pratique, sensible et intuitive de ce que doit être le produit : comprendre « intimement » la demande, affiner les besoins du public-cible et anticiper ses désirs, tels sont les éléments clés d'une partie du succès (Dyer-Witheford et Sharman, 2005: 203; Zackariasson, Styhre et Wilson, 2006).

Cette croyance dépasse le discours des gestionnaires, fait l'objet de théorisation dans les milieux académiques, et touche l'ensemble des salariés et leur vision du travail. Pour concevoir un bon *gameplay*¹³³, « fun » et « immersif », il suffit, comme le dit l'un de nos interlocuteurs, « de suivre ses instincts de joueurs » [Thomas, 31 ans, directeur créatif]. Un second renchérit:

[Le game design] ce n'est pas quelque chose qui s'enseigne. C'est quelque chose qui se fait intuitivement, puis avec de la pratique [...] Si tu es un artiste de profession ou que tu as fait de l'art visuel pendant je ne sais pas combien d'année, tu vas faire quelque chose qui va être très beau, mais bon, pas nécessairement... Il faut vraiment être en contact, puis savoir comment ça marche. [Jean, 32 ans, entrepreneur]

Or, si l'on se fie aux propos tenus en entretien sur les processus de formation et de recrutement des *game designers*, cette conception particulière du métier, qui valorise l'intelligence pratique et le savoir d'expérience qui la nourrit, a au moins deux conséquences immédiates lorsqu'il s'agit de pourvoir des postes vacants. Primo, les studios de développement privilégient le recrutement à l'interne, d'autant plus que la pratique permet d'entretenir une politique d'opportunités et d'avancement qui favorise la rétention du personnel au sein de l'entreprise. Secundo, lorsque les studios se tournent, faute de mieux, vers le recrutement à l'externe, les valeurs de référence et, plus exactement, la proximité socioculturelle entre l'aspirant *game designer* et le consommateur moyen de jeux vidéo (c.-à-d., en 2005, un homme âgé entre 18 à 35 ans et joueur passionné) tendent à devenir des critères garantissant la qualité des prestations professionnelles. Puisque ce qui importe chez la nouvelle recrue, c'est le fait de posséder une compréhension intime et aboutie des jeux

¹³³ La notion de *gameplay* renvoie au style, aux principes ou aux règles du jeu. Cette notion est employée de façon courante par les joueurs et les professionnels du domaine (journalistes, game designer, etc.) pour qualifier notamment ce qui fait (ou non) la qualité ludique d'un logiciel de jeu.

qui satisfassent aux exigences de la « communauté des *gamers* », quoi de mieux que d'embaucher un représentant de cette communauté?

L'exigence d'un capital culturel spécifique pour entrer dans le secteur d'activité (possédé sous la forme d'une connaissance pragmatique des « problèmes » et des codes en usage pour les énoncer) va en outre de pair avec une demande implicite d'investissement en temps et en énergie dans l'activité professionnelle. Sur ces aspects bien particuliers du travail, la rhétorique professionnelle et la rhétorique organisationnelle sont largement conformes. Les trois extraits qui suivent montrent la similitude des propos tenus par un salarié en entreprise, un cadre supérieur au sein d'une grande société et un jeune entrepreneur à la tête d'une micro-entreprise :

I'm firmly of the opinion that no body should be in this industry unless they enjoy playing videogames. There's just no point. It has to be something you are not something you do, I think, very much so. [...] You are only as good as the last game you did, but you're only as good as the last game you played as well. [**Nicholas**, 33 ans, directeur créatif]

Quand on engage des gens, on ne regarde pas vraiment l'expérience dans le marché car, souvent, c'est des juniors. On va regarder beaucoup plus si tu en as fait chez toi, est-ce que ça t'intéresse, est-ce que tu as essayé de faire un jeu de Pacman, qu'est-ce que t'as fait chez toi? Et non pas : qu'est-ce que tu as fait dans le milieu, avec ton travail ? Et ce qui nous intéresse, c'est vraiment les gens qui aiment tellement ça qu'ils en font chez eux par hobby, programment des petits jeux vidéo, font des choses comme ça. C'est ceux qui nous intéressent le plus. [**Vincent**, 33 ans, directeur créatif]

One of the first requirements is that you have to at least play games in order to work in the company. I mean, we don't hold that as: "you have to play games otherwise you're never getting this job!" But if somebody doesn't play games, then they're lower on our list of potential applicants. [**Laurent**, 27 ans, entrepreneur]

L'exigence d'investissement dans le travail va ainsi de pair avec un brouillage des frontières des espaces et des temps du travail et du hors travail, entachant jusqu'à la signification du « loisir vidéoludique » (j'y reviens au prochain chapitre). Elle se manifeste plus largement à travers une culture organisationnelle dans laquelle le temps de travail excessif tend à être la norme. Un sondage mené en 2005 auprès de plus de 1000 travailleurs du jeu vidéo (Gourdin, 2005) rapporte des semaines de travail pouvant atteindre jusqu'à 80 heures en

périodes de « charrettes » (*crunch-time*), ces périodes sévissant dans la majorité des studios de développement de jeux vidéo (Deuze, Martin et Allen, 2007: 341)¹³⁴.

On comprend que l'exigence d'investissement dans l'activité puisse, en soi, constituer un facteur d'exclusion du marché du travail lorsque la personne aspire à un épanouissement personnel hors du contexte professionnel. Il est ainsi possible de suivre Neff, Wissinger et Zukin (2005) lorsqu'elles émettent avec prudence l'hypothèse que: « *the gruelling work schedule inhibits family life, excluding older workers, although this may reflect the short history of the new media industry* » (2005: 330). La discrimination en fonction de l'âge à laquelle font allusion ces auteures a, par ailleurs, pu être favorisée ou exacerbée au Québec par une offre gouvernementale de programmes de subvention aux premiers emplois : une femme rencontrée en entretien soulèvera directement cette hypothèse pour expliquer ses difficultés à percer l'industrie.

En somme, les principes de cooptation qui régissent l'insertion professionnelle dans les métiers du *game design*, s'ils peuvent améliorer l'efficacité du marché du travail (« *right people on the bus* », dira un de nos interlocuteurs), opèrent un filtrage discret à l'entrée du secteur de la création industrielle vidéoludique qui, favorisant l'homogénéité sociale du recrutement, limite l'accès aux emplois. Sur le plan organisationnel, des résistances subjectives, plus encore peut-être que des obstacles objectifs, édifient un ensemble de barrières invisibles autour des métiers du *game design*, entravant sans nul doute le déploiement d'une dynamique intersectorielle sur les marchés locaux du travail dans les métiers de la création numérique.

¹³⁴ Une culture du travail excessif est d'ailleurs depuis longtemps décriée par les travailleurs du jeu vidéo. Ainsi de la protestation organisée, via Internet, par un employé d'Ubisoft, qui en décembre 1998 crée un syndicat virtuel, « Ubifree » (le site sera fermé en mars 1999). Créé en novembre 2004, le blogue animé par « EA Spouse », conjointe d'un programmeur épuisé professionnellement, aura également inspiré bon nombre de discussions sur les dysfonctionnements des modes d'organisation du travail en vigueur dans le secteur. L'International Game Developers Association (IGDA), en particulier, donnera suite aux mécontentements exprimés en produisant une série d'études portant sur la « qualité de vie » dans l'industrie. Une de ces études fut chapeautée par un acteur de la scène locale montréalaise (*Quality of Life in the Game Industry: Challenges and Best Practices*, IGDA, 2004) et amplement discutée lors des réunions du chapitre montréalais de l'IGDA auxquelles j'ai assisté. Pour une interprétation des tenants et aboutissants d'une crise de l'industrie en termes de travail excessif, voir: Dyer-Withford et Peuter, « EA Spouse » and the Crisis of Video Game Labour : Enjoyment, Exclusion, Exploitation, Exodus, *Canadian Journal of Communication*, vol.31 (2006), pp. 599-617.

Avec le temps, une stabilisation sectorielle des parcours

Un second phénomène d'intérêt qui éclaire la dynamique intersectorielle du marché du travail montréalais dans les métiers de la création numérique tient au fait que les parcours de mobilité qui s'observent après l'obtention d'un premier emploi dans le secteur du jeu vidéo deviennent, dans tous les cas, largement plus centripètes que centrifuges.

En effet, évalué de manière globale, le taux de mobilité intersectorielle de la population d'enquête peut être considéré élevé, puisque toutes les personnes rencontrées, à l'exception de trois, ont changé de secteur d'activité au moins une fois depuis leur entrée sur le marché du travail. Le suivi des parcours sur la longue durée montre cependant une baisse significative des comportements de mobilité intersectorielle au cours de la vie active. Cette évolution des comportements correspond, dans tous les cas, à une stabilisation sectorielle des parcours à la faveur d'un enracinement professionnel dans le secteur industriel de la création vidéoludique. Cet enracinement sectoriel se double en outre d'un ancrage professionnel dans les fonctions relatives aux métiers du *game design* : à une exception près, l'entrée dans le secteur correspond à l'antériorité dans le « métier »¹³⁵.

La progression dans la carrière : trois types de cheminement professionnel

En excluant les deux personnes qui sont en phase d'insertion professionnelle (Justin, Sébastien), ainsi que deux dirigeants-fondateurs à la tête de sociétés pérennes (Alexandre, Mathieu), l'analyse comparée des parcours professionnels suite à l'obtention d'un premier emploi dans le secteur du jeu vidéo permet de distinguer trois types ou modes de construction de la carrière par la mobilité professionnelle: 1/ au sein d'une même organisation; 2/ par la mobilité externe, c.-à-d. inter-firmes ou intersectorielles (intrasectorielles?!); 3/ à travers un mixte de mobilité interne et externe.

Au sein d'une organisation unique. Les parcours qui caractérisent cette première catégorie se concentrent dans le secteur du jeu vidéo dès la sortie du système scolaire ou, au plus tard, dans les deux années qui suivront. Les six personnes qui présentent ce type de parcours n'ont eu qu'un seul employeur depuis leur entrée dans l'industrie du jeu vidéo et

¹³⁵ Ce résultat est en soi intéressant dans la mesure où il témoignerait des avancées en 2005 de la professionnalisation du *game design* : selon les dires des personnes rencontrées sur le terrain, il était en effet jadis plus courant chez les aspirants *game designers* de débiter leur carrière comme testeur.

n'ont jamais connu de chômage. Les trajectoires professionnelles font état d'une succession de mobilités verticales ou horizontales dans les métiers du *game design*. Ce type de trajectoire s'observe dans deux grandes sociétés multi-établissements et très dispersées spatialement. Pour deux personnes, la mobilité professionnelle se conjugue d'ailleurs à une mobilité géographique importante et prend la forme d'un détachement temporaire dans un studio de la maison-mère à l'étranger. Le parcours d'Olivier illustre ce type de cheminement professionnel, qui prend place au sein d'une organisation unique.

Après avoir complété un diplôme de second cycle et une scolarité doctorale en urbanisme, **Olivier** entreprend une maîtrise en création multimédia (design graphique). Ce programme d'étude comprend un stage professionnel en entreprise d'une durée de trois mois. Le stage est réalisé dans un important studio de jeux vidéo à Montréal, qui embauche Olivier une fois sa formation complétée. La progression dans le métier est par la suite rapide : après avoir œuvré huit mois comme *level designer*, Olivier est promu au titre de *game designer*, puis, au bout de trois ans, se voit dévolu des responsabilités de *lead game designer*, qu'il exercera tout d'abord comme salarié détaché à l'étranger. Deux ans plus tard, au moment où il a été rencontré, Olivier est toujours au service de la même organisation, à titre de *lead designer*.

Par la mobilité externe. Cette deuxième catégorie regroupe des personnes qui, elles aussi, exercent à peu de choses près les mêmes fonctions professionnelles depuis l'obtention d'un premier emploi en jeu vidéo. Leur carrière s'articule autour d'une logique de métier, est axée sur le secteur particulier du jeu vidéo, mais s'affranchit cette fois des frontières d'un employeur unique pour se déployer principalement hors de l'organisation. Contrairement aux personnes du groupe précédant, elles connaissent plusieurs mobilités interentreprises, souvent accompagnées de migrations géographiques à l'échelle régionale, nationale ou internationale. En ce sens, elles peuvent être estimées évoluer sur un marché professionnel, bien que ce marché soit de nature informelle (puisque l'accès n'est pas réservé à des candidats issus d'institutions de formation agréées). Si ce type de parcours fait place au transitoire (choix temporaires ou momentanés), il exclut cependant les changements de secteurs ou de domaines d'activités. Naomi, par exemple, présente ce type de parcours.

Avec un diplôme universitaire de premier cycle en poche (musique & arts du 20e siècle), **Naomi** se déniche un premier emploi comme technicienne en bibliothèque. Elle entreprend peu après une maîtrise en communication-multimédia, qui la conduit à investir le secteur du jeu vidéo. Elle le fait tout d'abord par le biais d'un emploi comme webmestre et designer dans une petite entreprise en conception multimédia, produisant des jeux en ligne. Au bout de trois ans, elle quitte volontairement cet emploi pour occuper le poste de productrice-designer que lui offre un jeune studio de développement de jeux vidéo sur console. Suite à une mise à pied, Naomi quitte temporairement le marché du travail pour perfectionner ses compétences (par autoformation) dans le domaine du game design. Depuis son retour sur le marché du travail, elle enchaîne les postes et gravite les échelons du métier. En cinq ans, Naomi connaît quatre employeurs différents, changera une fois de pays et trois fois de ville.

Un mixte de mobilité interne et externe. Une troisième catégorie de parcours s'inscrit entre les deux premières. Elle renvoie à des trajectoires individuelles marquées par un aller-retour entre l'organisation et le marché : les personnes connaissent des changements moins fréquents d'employeurs que celles du second groupe, mais peuvent par contre alterner entre le statut de salarié et celui d'indépendant, voire détenir les deux statuts simultanément. Ces trajectoires se construisent dans un environnement organisationnel souvent plus varié que celui qui se rencontre dans les deux autres catégories. Les parcours en emploi montrent en effet une alternance entre petites et grandes structures, mais aussi une circulation possible entre différents secteurs ou branches d'activité. Règle générale, les entrepreneurs s'appuient sur ce type de carrière pour « se lancer en affaires » (Hélène, Laurent, Marc, Vincent, Jean, Louis-Martin). Le « cas » d'Hélène en fournit une illustration.

Hélène cumule pendant près de quinze ans les formations et les expériences professionnelles dans le domaine des arts et de la culture. Elle exerce et/ou enseigne tout le théâtre et les arts de la scène, les arts du cirque, la danse, la peinture et la sculpture. Elle travaille également pour la télévision et le cinéma (scripteure, auteure, comédienne, costumière...). Au milieu des années 1990 et jusqu'au début des années 2000, Hélène est conceptrice et scénariste contractuelle pour une jeune compagnie de jeux de rôle grandeur nature. Elle entreprend en parallèle une formation professionnelle en infographie 3D pour jeux vidéo et crée, en collaboration, son propre studio de développement autour d'un jeu pour ordinateur, dont elle est en partie la conceptrice. En 2005, au moment de l'entretien, Hélène a entrepris un baccalauréat ès arts, travaille toujours à la pige comme artiste multidisciplinaire, mais partage l'essentiel de son temps entre son entreprise et un emploi salarié dans une grande firme, qui l'embauche pour occuper diverses fonctions relatives à la création et à la production vidéoludique. Elle y sera successivement (entre autres) testeuse, infographiste, scénariste et assistante de production.

Avant de s'attacher à décrire plus avant les comportements de mobilité intersectorielle qui s'observent dans ce dernier groupe, deux constats d'intérêt peuvent d'ores et déjà être tirés de ces parcours « objectifs » de carrière :

1/ Suite à leur entrée dans le secteur du jeu vidéo, les personnes adoptent collectivement des parcours fondés sur une double logique d'enracinement professionnel et sectoriel. La mobilité inter-firmes est fortement cantonnée au marché sectoriel du jeu vidéo et est avant tout une mobilité de proximité, en raison des trajets courts entre les différentes fonctions occupées. La structure de cheminement en carrière est le plus souvent une structure linéaire (un même travailleur peut gravir tous les échelons hiérarchiques du métier) et la mobilité professionnelle (le changement de statut professionnel) est liée à une mobilité ascendante promotionnelle. Autrement dit, la mobilité en carrière de ces créateurs du numérique n'empêche pas un enracinement professionnel et sectoriel, au contraire.

2/ Bien que la circulation des personnes sur le marché du travail soit assez considérable, les parcours sont, dans leur ensemble, moins marqués par la mobilité inter-firmes qu'on aurait pu s'y attendre. Souvent placées sous le régime du salariat classique (emploi salarié à temps plein sous contrat à durée indéterminée), les histoires professionnelles font état d'une rareté relative des situations en « emplois atypiques » (emploi à temps partiel, emploi temporaire...). En outre, si plusieurs travailleurs ont tenté l'aventure du montage de société, un seul a fait véritablement carrière en se mettant à son compte comme prestataire de services.

Ces observations contrastent avec le portrait du marché du travail auquel nous ont habitués la plupart des études menées sur les professionnels du multimédia, ces derniers y figurant la plupart du temps en véritables portes-étendards de ces nouvelles carrières « sans attaches » ou « nomades » annoncées à grand renfort d'articles et de colloques par les sciences de la gestion. En fait, la population enquêtée présente dans son ensemble des parcours en emploi relativement plus conformes au modèle de la carrière organisationnelle dite classique, c'est-à-dire une carrière stable et linéaire, faite d'avancements et de promotions à l'intérieur d'une organisation unique, structurant de façon autonome le champ de la mobilité professionnelle. Il ne s'agit toutefois pas ici de nier l'existence d'un « système d'emploi » fondé sur la mobilité inter-firme: un écart important s'observe en effet par rapport au modèle idéaltype de la carrière classique (progression hiérarchique verticale *et* intra organisationnelle), alors que l'avancement hiérarchique peut aussi bien dépendre d'une gestion organisationnelle de la carrière sur des marchés internes fermés du travail (la promotion statutaire et salariale se fait au fil des projets que décroche la personne au sein d'une même et seule organisation) que résulter d'une mobilité inter-firmes. Néanmoins, cette mobilité inter-firmes s'avère en fait très souvent liée à des épisodes de la vie des organisations (restructuration, fusion, acquisition...) ou à la fermeture simple des établissements.

La mortalité élevée des entreprises dans le secteur de la création de jeux vidéo est une donnée maintes fois étayée par les enquêtes sectorielles, au Québec comme ailleurs dans le monde. En regard de mes propres données d'enquête, elle expliquerait pour bonne part ces trajectoires professionnelles construites tant sur une suite de contrats de courte durée passés avec plusieurs employeurs que sur une suite de postes au sein de plusieurs organisations. Un concepteur de jeu, par exemple, subira en deux ans trois mises à pied successives dues à la fermeture permanente du studio-employeur. En définitive, une fois « contrôlé » l'effet de chocs conjoncturels sur les résultats, les parcours en emploi suite à

l'entrée dans le secteur du jeu vidéo s'apparentent davantage au modèle conventionnel de cheminement de carrière; une proportion non négligeable de la population enquêtée (6 personnes) épousant même parfaitement l'idéal de « carrière » du salarié classique « ordinaire ».

Comment peut-on interpréter ces résultats ? Au-delà du double refus de considérer ces parcours comme relevant strictement de l'aléatoire ou du prédéterminé, comment peut-on les rendre intelligibles? La construction et le déroulement des carrières relèvent sans doute, ici comme ailleurs, d'un processus qui articule des dimensions institutionnelles (relatives aux politiques publiques de l'emploi), des configurations organisationnelles (y compris dans leur dimension symbolique), et des rapports subjectifs au travail et à l'espace professionnel, générés par les positions vécues et/ou perçues des individus dans l'espace social. La rareté relative des situations en « emplois atypiques » et des comportements de mobilité intersectorielle trouve ainsi pour son explication une diversité de facteurs hétérogènes. La section qui suit relève ceux qui sont apparus plus particulièrement significatifs sur le terrain d'enquête.

Des facteurs d'enracinement professionnel et sectoriel

Parmi ceux qui ont tenté l'expérience du travail en « freelance », seul Louis-Martin a adopté durablement ce type de parcours. Au moment de l'enquête, Louis-Martin œuvre depuis près de dix ans comme consultant à l'international dans le domaine du *game design* et jouit d'une solide réputation auprès de ses pairs. En dépit des atouts dont il dispose pour faire carrière dans le domaine, Louis-Martin a amorcé une réorientation professionnelle qui, espère-t-il, devrait lui permettre sous peu de quitter définitivement l'industrie du jeu vidéo. Au nombre des motifs qu'il invoque pour expliquer cette reconversion prochaine, il met de l'avant la difficulté d'obtenir des contrats salariés de sous-traitance en provenance des studios de développement de jeux vidéo, et plus particulièrement des studios montréalais. Il attribue la situation à l'évolution récente de l'industrie et aux transformations subséquentes du marché du travail:

Même si le nombre de personnes qui travaillent dans le jeu a augmenté de beaucoup, l'industrie s'est beaucoup concentrée aujourd'hui. Il y a Ubisoft qui est en train de tout voler. Et puis il y a Electronic Arts et il y a A2M. Ce sont les trois grands à Montréal et il n'y a vraiment pas autre chose qui se passe. Donc ces grandes entreprises-là, en général, n'ont pas besoin de mes services. Ils ont des spécialistes à l'interne qui couvrent à peu près tout ce que je fais. Et comme la dynamique commerciale au Québec est que les emplois à temps plein sont subventionnés mais pas les contrats, ça fait quelque chose. [Louis-Martin, 35 ans, concepteur de jeux]

Au-delà de ces effets des régulations par l'État (qui mériteraient en soi une analyse serrée), une série de facteurs organisationnels, relatifs aux contraintes du marché du produit et aux contraintes du marché du travail, peut expliquer la tendance des entreprises à peu recourir à l'externalisation des activités de conception et, lorsque cela arrive, leur réticence à se tourner vers le bassin de sous-traitants locaux.

Contingences organisationnelles et managériales

Cadin, Guérin et DeFillipi (Cadin, Guérin et Defillippi, 2004; 2006), après avoir posé un constat similaire au nôtre sur la relative stabilité des relations d'emplois dans l'industrie du jeu vidéo (à partir d'une étude comparative menée en France, aux États-Unis et en Colombie-Britannique), y voient la conséquence logique d'une « *double contrainte de confidentialité et de gestion de l'incertitude, quant aux réactions du marché, aux positions de la concurrence et aux innovations technologiques [qui] impose une gestion de la main-d'œuvre par les règles du marché interne* » (Cadin, Guérin et Defillippi, 2004). Les contentieux judiciaires qui ont opposé à Montréal l'éditeur français Ubisoft à son rival californien Électronique Arts¹³⁶ montrent bien que l'industrie montréalaise n'échappe pas à ces enjeux forts de confidentialité et de gestion de l'incertitude, qui incitent les studios de création à stabiliser en tout ou en partie leur personnel. La dynamique est également bien palpable dans les témoignages recueillis; l'exploration en cours d'entretien des thèmes relatifs à l'environnement organisationnel et managérial du travail de création amenant souvent les enquêtés à se prononcer d'eux-mêmes sur les politiques de rétention de la main-d'œuvre qui ont cours dans le secteur.

Ainsi, aux yeux des dirigeants d'entreprise rencontrés, les stratégies de lutte contre la volatilité du personnel rencontrent, de façon claire, un double objectif. Dans un environnement jugé hautement concurrentiel, marqué par la rareté des ressources qualifiées et la chasse aux meilleurs talents, ces stratégies visent d'abord à retenir les expertises individuelles et collectives développées à l'interne et considérées comme autant d'avantages concurrentiels exclusifs. C'est ainsi que, à l'instar de ces confrères chefs d'entreprise, Alexandre défend un modèle de production qui repose sur un « noyau dur » de quelques

¹³⁶ En 2003, Ubisoft reproche à cinq de ses ex-employés (et à Électronique Arts, également attaqué) d'avoir accepté de travailler dans le nouveau studio montréalais du géant américain. Leur contrat les liant à Ubisoft comportait en effet une clause leur interdisant, pendant une durée d'un an après avoir quitté la société, d'aller travailler chez la concurrence.

personnes (directeur créatif, concepteur de jeux, directeur artistique...), autour desquelles gravitent, au gré des projets, tous ceux dont les compétences sont nécessaires à la réalisation du produit. Les politiques de gestion des ressources humaines, et *a fortiori* les stratégies de fidélisation de la main-d'œuvre doivent, en toute logique, cibler prioritairement ce noyau dur au sein des équipes productives :

[interviewer] : Et la stabilité des équipes, c'est un élément important ?

[Alexandre] : Malheureusement, c'est une industrie avec un turn-over important. Je ne pourrais pas dire qu'il n'est pas important. Là où c'est important, c'est la stabilité du noyau central. L'idée c'est que tu investis dans des gens, tu investis dans ce noyau-là [...] Tu as ton noyau pour faire un bon produit, puis c'est bien d'identifier les gens qui font partie du noyau puis de bien les intégrer. Donc, je dirais, essayer de minimiser le turn-over sur le noyau reste une stratégie de base. [Alexandre, 34 ans, entrepreneur]

Au désir de protéger les investissements en capital humain, s'ajoute la volonté de se prémunir d'une concurrence déloyale par le viol des secrets de fabrique. Le constat s'appliquerait d'ailleurs à l'ensemble des entreprises du multimédia à Montréal, « *lesquelles protègent jalousement leurs technologies et n'échangent pas nécessairement beaucoup d'informations, même lorsqu'elles sont géographiquement concentrées* » (Tremblay et al., 2003). Les personnes rencontrées en entretien se sont montrées particulièrement sensibles à ces enjeux de protection de la propriété industrielle et intellectuelle. De manière symptomatique, la plupart d'entre elles ont été réticentes à parler des projets en cours de développement dans leur entreprise, en dépit de l'engagement d'anonymat et de confidentialité de l'enquêteur.

Cet enjeu de confidentialité qui pèse sur le secteur se traduit concrètement par l'insertion de clauses de non-concurrence au sein des contrats de travail, comme le permet la législation locale¹³⁷. Il s'illustre également de diverses façons à travers les récits de pratique, alors que

¹³⁷ L'insertion de clauses de non-concurrence au sein des contrats de travail est une pratique permise tant au Québec que dans les provinces de common law. Les critères de validité d'une clause de non-concurrence, élaborés par la jurisprudence antérieure à l'adoption du Code civil du Québec, ont été codifiés à l'article 2089 du Code civil, qui prévoit: "2089. Les parties peuvent, par écrit et en termes exprès, stipuler que, même après la fin du contrat, le salarié ne pourra faire concurrence à l'employeur ni participer à quelque titre que ce soit à une entreprise qui lui ferait concurrence. Toutefois, cette stipulation doit être limitée, quant au temps, au lieu et au genre de travail, à ce qui est nécessaire pour protéger les intérêts légitimes de l'employeur. Il incombe à l'employeur de prouver que cette stipulation est valide." Pour sa part, l'article 2088 du Code civil du Québec impose au salarié une obligation de loyauté et de discrétion (confidentialité) qui persiste après la cessation d'emploi pendant un délai raisonnable : "2088. Le salarié, outre qu'il est tenu d'exécuter son travail avec prudence et diligence, doit agir avec loyauté et ne pas faire usage de l'information à caractère confidentiel qu'il obtient dans l'exécution ou à l'occasion de son travail. Ces obligations survivent pendant un délai

l'adhésion des travailleurs à une règle plus ou moins tacite de discrétion et de loyauté envers l'employeur apparaît réguler plus largement l'univers professionnel. En effet, un climat de méfiance et de suspicion dans les relations entre les joueurs de l'industrie ne se lit pas qu'au travers les récits des dirigeants d'entreprise, mais sature également la vision des salariés, au point d'apparaître une variable déterminante de la structure des réseaux sociaux de coopération productive hors marché. C'est ce qu'indique, notamment, cet extrait d'entretien réalisé avec Nicholas (on remarquera au passage l'usage d'un « nous » inclusif, qui dénote bien le sentiment d'appartenance du salarié à l'organisation qui l'emploie):

[interviewer] : Do you have a lot of contacts with creative designers of other companies?

[Nicholas] : Yes, but limited. Thing is about these things, is that we are very quiet in the Montreal scene. We're not particularly active in the game development scene mainly because I think there's a lot of shouting going on in Montréal at the moment about Ubisoft throwing virtual rotten fruits at each other. We really don't want to get caught up in all of that. So we just want to carry on doing our thing and not making too much of a big noise. [Nicholas, 33 ans, directeur créatif]

Ostensiblement affiché en entretien par la majorité des personnes rencontrées, ce souci de confidentialité apparaît en fait autant répondre aux cadres organisationnels et institutionnels de la pratique du travail de création dans ce secteur, que constitutif d'une mythologie professionnelle du *game designer*, structurant symboliquement le groupe professionnel. Dans ce contexte, il y a bien à se demander jusqu'à quel point une telle « culture du secret », érigée en mythe fondateur par le jeune corps professionnel des *game designers*, constitue une entrave à la « pollinisation de l'innovation » entre les diverses entreprises du secteur, comme entre celles-ci et les autres acteurs socio-économiques locaux ? Chose certaine, l'adhésion tacite à une loi du silence se donne fréquemment à lire dans les témoignages recueillis, et toujours pour apparaître dissuader les pratiques de sociabilité ou de solidarités locales. Le phénomène est explicitement pointé par un second dirigeant d'entreprise, au détour d'un échange sur les processus de transfert et d'échange de connaissance dans l'industrie locale à travers la création de « start-up » et de sociétés « spin-off » :

C'est peut-être un échec des initiatives qui ont été prises depuis sept-huit ans. Si on regarde en France, il y a la compagnie Atari à Lyon, anciennement Infogramme, qui a quand même créé, dans la région de Lyon, trente-quarante Infogrammes avec des anciens employés. Ubisoft et les plus gros ici, jusqu'à preuve du contraire, n'ont pas eu

raisonnable après cessation du contrat, et survivent en tout temps lorsque l'information réfère à la réputation et à la vie privée d'autrui."

cet effet. Je pense que c'est dans la mentalité, dans l'esprit du multimédia qui a été créé. Je pense qu'un des buts c'était la cohésion et l'échange d'expertises, puis, finalement, tu te rencontres que les gens viennent... ont même de la misère à te dire bonjour dans l'ascenseur de crainte de... je ne sais pas... de révéler des secrets professionnels ou autre. Je pense que c'est vraiment dans la mentalité. [Marc, 31 ans, entrepreneur]

Quoi qu'il en soit de ce « système culturel » qui régit les relations entre les firmes (les réseaux techniques et sociaux), la protection de la propriété industrielle et intellectuelle constitue à l'évidence un enjeu fort du secteur et justifie, là encore, l'importance que certains studios de développement accordent aux stratégies de rétention du personnel. Ces stratégies reposent autant sur l'optimisation des facteurs de rétention que sur la diminution des facteurs de départ du personnel. L'application des principes du modèle managérial du « *work as play* » (horaire de travail flexible, code vestimentaire informel, espaces de travail à aire ouverte, etc.), les contrats à durée indéterminée, la fidélisation des ressources humaines et l'engagement vers une politique d'activation des marchés internes (formation en emploi, recrutement à l'interne...) sont ainsi autant de mesures mises de l'avant par les employeurs pour freiner la mobilité de leur personnel et assurer de la sorte une protection relative de la confidentialité.

Cadin et *al.* (2004; 2006) observent dans l'industrie internationale du jeu vidéo une convergence de ce type de politiques de gestion des ressources humaines. En dépit de contextes réglementaires nationaux qui diffèrent fortement du point de vue des modèles de relations d'emploi, notamment de la législation du travail (professionnalisation et rigidité en France vs entrepreneuriat et flexibilité aux États-Unis), les modes de gestion privilégiés par l'entreprise favoriseraient, de part et d'autre de l'Atlantique, un marché interne du travail par opposition à un marché ouvert. En matière de gestion de l'emploi, le sectoriel et le local auraient cette fois prééminence sur le national (Cadin, Guerin et DeFillippi, 2006)¹³⁸. Mes propres observations vont clairement en ce sens et, partant, autorisent une réflexion sur

¹³⁸ Ces résultats méritent d'être mis en parallèle avec les travaux menés par Christopherson (2004). À partir d'une étude comparée du marché du travail en Allemagne et aux États-Unis, Christopherson soutient en effet que la configuration nationale (le contexte politique, mais aussi institutionnel) produit des variations notables sur les formes et la conduite des carrières dans le secteur des nouveaux médias. L'auteure dégage deux modèles opposés: dans le cas de l'Allemagne, la stabilisation progressive de l'environnement organisationnel, l'émergence d'une hiérarchie des activités et la définition d'un ensemble de compétences qui leur sont associées contribuent à dessiner un modèle de la professionnalisation ; dans le cas des États-Unis, la prédominance d'un travail en *freelance*, régulé par le marché et par des relations de dépendance distante à des organisations contractantes, tendrait au contraire à soutenir un modèle de l'entrepreneuriat.

l'évolution des formes d'emploi et de carrière en lien à la généralisation des formes d'organisation du travail basées sur des projets.

En effet, tel que vu au chapitre 2, la généralisation des organisations par projets, inhérente pour plusieurs à la montée d'une économie fondée sur la créativité et l'innovation, est généralement perçue comme un incitatif puissant aux carrières dites nomades. Or, si le travail par projet prévaut bel et bien dans le secteur du jeu vidéo, il n'aurait pas, pour les raisons évoquées ci-haut, le même impact structurel sur la mobilité des « créatifs » du jeu vidéo que celui qui s'observe dans d'autres secteurs d'activités et/ou chez d'autres groupes de travailleurs plongés dans un monde professionnel par projets : les studios de développement recourent relativement peu à l'externalisation ou à l'impartition des activités de conception et, lorsque cela arrive, ils se tournent avec réticence vers le bassin de sous-traitants locaux (cela pourrait être moins vrai pour certaines fonctions du métier, j'y reviens)¹³⁹. Bref, sans nier l'existence de types de carrière fondés sur l'individualisation des parcours professionnels et favorisés par l'injonction du marché du travail à l'autonomisation de l'individu salarié, les résultats mettent en évidence la résilience de modèles classiques de la carrière, — dont celles fondées sur des relations d'emplois stables et durables, — et soulignent la diversité des combinaisons possibles, y compris dans des secteurs porte-étendard de ladite « nouvelle économie ».

Le constat demande bien sûr à être étayé en tenant compte des construits rationnels produits par les personnes pour expliquer les décisions professionnelles prises tout au long de la carrière. Dans cette perspective, la prochaine section examine la manière dont les travailleurs rencontrés donnent et construisent du sens à leur parcours, à travers les formes subjectives de rationalisation de leur activité de travail. Au-delà des motifs évoqués pour justifier les décisions relatives à la participation au marché du travail, il s'agit de saisir les « mobiles » pour lesquels les personnes se sont dirigées de manière durable vers le secteur industriel du jeu vidéo de préférence à d'autres secteurs d'activités ; en somme, de dépasser la compréhension immédiate des objectifs formels afin de tenter de déterminer ce qui, pour

¹³⁹ Pour cerner ces phénomènes dans toutes leurs dimensions, il faudrait encore pousser plus loin l'analyse, pour mettre notamment en évidence d'éventuels effets d'entreprise selon la taille ou la structure. En effet, il n'est pas rare, par exemple, que de petits et très petits studios de développement s'échafaudent sur un projet unique, faisant appel pour ce faire à un modèle d'emploi basé sur la réunion éphémère des diverses compétences nécessaires à la réalisation du projet. Ce modèle de l'entreprise-projet implique, de fait, une grande flexibilité du marché du travail à la frange d'un oligopole d'entreprises dominantes.

la personne, constitue le fondement de son parcours professionnel et de son engagement dans le travail.

Préférences personnelles et dispositions individuelles

Plusieurs motifs sont évoqués pour expliquer les décisions relatives à la participation au marché du travail; la rétribution financière à laquelle donne lieu le travail émergeant logiquement comme un des aspects importants. Lorsqu'on questionne plus spécifiquement sur les attentes relatives au travail et les critères d'appréciation des emplois, bon nombre d'enquêtés mettent aussi de l'avant la stabilité comme valeur principale, prenant ainsi à contre-pied, et d'une façon qui peut surprendre, les diktats contemporains de la flexibilité et de la mobilité généralisées. Cette valorisation de la fonction instrumentale du travail (qui passe par la rémunération et la protection sociale, mais aussi par la qualité/quantité du temps hors travail) est néanmoins toujours, bien qu'à des degrés divers, subsidiaire à sa fonction expressive: l'ensemble des travailleurs rencontrés valorise fortement les composantes symboliques et socialisatrices du travail, à travers le rôle majeur qui lui est attribué en matière d'épanouissement, d'accomplissement personnel et d'intégration ou de valorisation sociale¹⁴⁰.

Selon Tremblay (Tremblay, 2003a, 2003b), qui a spécifiquement étudié la situation des travailleurs du multimédia à Montréal, la recherche de défis, d'autonomie, de liberté et de valorisation est un motif de mobilité professionnelle chez ces travailleurs. Ces motifs constitueraient même le « noyau identitaire » des travailleurs du multimédia (Tremblay, 2003a). Son analyse rejoint les conclusions d'autres travaux empiriques qui donnent en qualités essentielles du travail et de l'emploi pour les travailleurs du multimédia d'être « cool », « créatif », axé sur l'indépendance et l'autonomie de décision (entre autres: Neff, Wissinger et Zukin, 2005: 330-331). Les travailleurs que j'ai rencontrés ne font pas exception, l'ensemble d'entre eux exprimant avec force la volonté de se réaliser à travers un travail qui permette de déployer son plein potentiel expressif ou créatif. L'analyse croisée de la production discursive et des parcours socioprofessionnels le montre bien.

¹⁴⁰ Je fais jouer ici une distinction mise de l'avant dans les travaux de C. Nicole-Drancourt et L. Roulleau-Berger (2001), selon laquelle « la dimension instrumentale et matérielle se réfère au travail comme source de revenu et de richesses extérieures et quantifiables », tandis que « la dimension sociale recouvre les sociabilités, les relations humaines de travail, les possibilités de coopération, d'innovation et surtout les formes de reconnaissance sociale, et la dimension symbolique renvoie à l'univers de significations positives ou négatives attribuées au travail par les individus dans la construction des identités sociales ».

En effet, au-delà de l'anecdote individuelle, les parcours apparaissent communément déterminés par des logiques individualistes (c.f. la propension à la création de structures privées) et des ambitions personnelles de réussite. Opportunistes et pragmatiques, ces travailleurs ne visent cependant pas une carrière fondée sur la mobilité verticale (les postes de gestion-direction ne les intéressent pas) et aspirent moins à la réussite financière qu'à établir leur marque comme créateurs. Éminemment révélateur des dimensions du travail qui font sens pour eux, l'épisode biographique relaté ci-dessous par Naomi se retrouve avec peu de variantes dans plusieurs autres récits:

At a certain point, I'd say, I was very strategic about it [sa carrière] because I had, I was on this track of being a producer, which is a pretty high-ranking position with management responsibility and good pay; and I was really unhappy because I was just crunching budgets and schedules and it wasn't really part of my job responsibility to work on the creative aspect of the design. So, I intentionally took a quite serious pay-responsibility career hit to take a job that would put me back on the right track to actually becoming more creatively responsible than financially and "schedule-ly" responsible. [Naomi, 35 ans, conceptrice de jeux]

Sophie raconte de la même façon:

J'ai fait de la charge de projets puis ça ne m'intéresse plus. Ce n'était pas assez créatif pour moi. Je n'aime pas beaucoup l'interface directe avec le client. J'aime bien avoir quelqu'un entre moi puis le client, je trouve ça plus confortable. Mais c'est surtout le fait que ce n'est pas créatif qui m'a fait changer d'idée sur cette orientation-là. [Sophie, 30 ans, conceptrice de jeux]

Ou encore Thomas :

J'ai déjà encadré des gens, mais ça ne m'intéressait pas. Parce que chez Ubisoft, quand on encadre des gens, on nous enlève le côté créatif. Tu vas arrêter de faire du 3D puis tu vas faire des feuilles EXCEL, tu vas jouer au père et à la mère sur des gens. Je l'ai essayé et je n'ai pas aimé ça. J'aurais mieux aimé qu'ils me disent :T'es un bon animateur, alors tu vas être plus le mentor sur d'autres. [Thomas, 31 ans, directeur créatif]

L'ensemble des récits d'engagement montre clairement que les gratifications symboliques du travail sont privilégiées par rapport aux gratifications matérielles ou économiques. Typiquement, les histoires professionnelles sont faites de renoncements à des gains en termes de statuts et de revenus, au profit de gains du point de vue de l'intérêt du travail. À l'instar de ce qu'on retrouve dans les mondes plus traditionnels de l'art, les justifications individuelles de l'entrée et du maintien dans les métiers du *game design* sont liées à l'attrait

d'une « profession artistique » : l'accomplissement dans un travail intellectuel de conception, l'autonomie, la liberté, la reconnaissance et le prestige social (Freidson, 1986).

Or, on ne trouve toutefois pas dans les pratiques et les discours produits par les travailleurs cette même valorisation du désintéressement qui caractérise les vocations d'artiste (Bourdieu, 1979: 362-364 ; Moulin, 1992). Au contraire, les enquêtés sont nombreux à insister en cours d'entretien sur la chance qu'ils ont d'occuper un travail créatif-expressif, sans avoir à subir les aléas de la vie d'artiste. Cette composante particulière du rapport au travail est totalement absente des études sur les professionnels du jeu vidéo et peu ou prou développée dans les portraits généralement dressés des travailleurs du multimédia. Pourtant, chez nos travailleurs, une appréhension négative du monde du travail artistique apparaît bel et bien déterminante dans la construction des parcours professionnels. Objet d'une description largement dépréciative, la vie d'artiste — le statut d'artiste professionnel — est associée selon chacun à la rareté du travail, à l'instabilité professionnelle et/ou à la précarité financière. Les récits biographiques font ainsi ressortir un rapport au travail qui combine deux motifs d'intérêt aux traits contradictoires, à savoir la liberté, d'une part, et la sécurité, d'autre part, bien que toutes deux s'avèrent, dans les représentations comme dans les faits, très relatives.

Ces deux motifs ou logiques d'action (liberté vs sécurité) qui guident l'investissement professionnel polarisent les profils biographiques sans toutefois qu'il soit possible de départager systématiquement sur cette base les enquêtés : la plupart des récits enchaînent et juxtaposent des engagements relevant des deux ordres. Néanmoins, les systèmes de valeurs et d'intérêts qui ont contribué à façonner les parcours de ces personnes ayant « choisi », à un moment ou à un autre de leur biographie, de devenir *game designer* et d'accéder à ce groupe professionnel, dessinent aux deux extrémités du spectre des parcours d'engagement des styles sensiblement contrastés de parcours, plus ou moins « contrariés » pour les uns, plus ou moins « révélés » pour les autres.

Des parcours contrariés ou de la passion vers la sécurité

À l'une des extrémités du spectre des parcours se rencontrent des personnes qui présentent une histoire personnelle marquée très tôt par des ambitions artistiques ou littéraires. Il en va ainsi, par exemple, de Louis-Martin qui, dès l'école secondaire puis tout au long de ses études en sciences pures et en sciences administratives, cultive en parallèle un goût pour la création littéraire et la scénarisation à travers une implication continue dans diverses

activités extra curriculum (théâtre amateur, radio étudiante, création de jeux de société)¹⁴¹. Plus généralement, le suivi de filières de formation professionnelle, majoritairement orientées « Arts & lettres », témoignent de velléités d'artistes. Cependant, diverses raisons et, en premier lieu, les craintes de ne pouvoir vivre convenablement de sa pratique artistique empêchent de cristalliser ces ambitions en un projet d'être artiste, c.-à-d. de faire le choix d'une carrière d'artiste professionnel. La période de transition et/ou d'expérimentation sur le marché du travail apparaît être un moment charnière au cours duquel s'altèrent sensiblement les aspirations originellement formulées à l'égard du travail. Ces variations au plan des aspirations professionnelles ne sont pas sans conséquence sur le rapport au travail, qui évolue dans le même sens.

En effet, s'il faut en croire les témoignages recueillis, une appréhension négative du monde du travail artistique, souvent informée par des expériences difficiles dans les débuts de la vie active, conduit très tôt dans le processus d'insertion professionnelle à délaisser la recherche d'une expressivité dans le travail au profit d'une conception plus « instrumentale » de l'activité professionnelle. Les préoccupations concernent alors moins la nature intrinsèque du travail que les conditions à l'intérieur desquelles il s'exerce. Sans pour autant adopter une conception purement instrumentale du travail, il s'agit de pallier l'insécurité (financière, etc.) perçue, sinon vécue, sur les marchés traditionnels de la création artistique. Le souhait de « vivre une petite vie tranquille », comme le dit un de nos interlocuteurs, pousse à chercher des débouchés dans des secteurs d'activités et des types de métiers jugés plus sûrs de garantir une stabilité d'emploi et de rémunération. Dans cette perspective, occuper un poste salarié en entreprise, qui n'est pas trop en dissonance avec le fait d'être artiste, apparaît vite être la meilleure solution.

Au tournant des années 2000, lorsque s'effectue l'entrée dans la vie active de la forte majorité de nos travailleurs, l'industrie émergente du jeu vidéo est perçue comme le lieu de tous les possibles¹⁴² (on verra en fin de chapitre ce qu'il en est de l'écart entre les attentes et

¹⁴¹ Considérer le seul parcours de formation peut donc induire en erreur sur les aspirations profondes. Un second témoignage le montre bien : « J'ai fait des maths et des statistiques à Concordia. Je voulais aller dans un programme d'art, mais je n'avais pas de portfolio. Je suis donc allé dans Maths/statistiques. Mais j'ai pris des classes différentes, de computer sciences, de science fiction, de mass media ». [Mathieu, 32 ans, concepteur de niveaux]

¹⁴² Le portrait du secteur du multimédia alors dépeint par les médias à travers les slogans du « work as fun » et du « work as play and play as work » a pu nourrir une perception positive des métiers du jeu vidéo et rendre possible l'investissement des personnes dans un secteur dont la légitimité est avant toute commerciale (Neff, Wissinger et Zukin, 2005). D'après les témoignages recueillis, l'attractivité du secteur est plus encore à

l'expérience vécue). L'extrait qui suit illustre bien ce type de parcours, qui implique un processus de mise à distance des aspirations professionnelles originelles et de « l'amour de l'art » comme logique d'action individuelle :

À la fin du Cégep, je m'en allais dans le domaine du cinéma. Je m'étais vraiment intéressé au cinéma d'auteur. Puis là euh...ça ne me tentait pas de... je ne sais pas si ça se dit en entrevue : ça ne me tentait pas de quêter les subventions toute ma vie [rires]. Parce que c'est un peu ça, le monde du cinéma. En tout cas, ça dépend quelle sorte de cinéma que tu fais, mais, moi, celui qui m'intéressait, je ne voyais pas d'autres possibilités. Je me disais : peut-être que les jeux... c'est nouveau, y'aurait peut-être moyen de faire des choses qui pourraient continuer dans un contexte commercial, mais qui ne seraient pas abrutissantes en même temps ? [**Justin**, 28 ans, concepteur de jeux]

Ces bifurcations biographiques surviennent généralement après une première et brève période d'expérience du monde du travail artistique, qui le montre plus dur qu'auparavant et sans perspectives accessibles. Les propos tenus par Francis, Sean, et Louis-Martin illustrent de manière synthétique ce qui se lit en filigrane d'autres récits:

Moi je suis un gamer depuis que je suis jeune, mais j'ai tout le temps été davantage un passionné du cinéma. Mais, à moment donné, tu te rends compte qu'au Québec le cinéma est moins présent, puis il y a moins de jobs en fait là dedans. Puis c'est plus à contrat et tout. Ça m'a pris un an et demi avant de me placer, parce que j'étais à Québec : il y a beaucoup moins de jobs. Je faisais beaucoup de contrats où, finalement, c'est quasiment moi qui payais pour les faire : des petits contrats un peu bidons. À moment donné, j'ai dit « bon, je vais aller plus en jeux », puis j'ai appliqué à Montréal où j'ai abouti chez Microïd. [**Francis**, 30 ans, directeur artistique]

I sort of always figured I would be a starving writer and working on odd jobs to pay my rent... until I got old and died... Yeah, I actually manage to finish my master degree while I was here. Last year. So I completed it. And I am just really lucky I guess. Really lucky! Well, I mean, I think a lot of people who do ended up with degrees in creative writing ended up faced with the reality to get real jobs, and they end up working in restaurant or teaching or others things like that. That may be OK for them, but certainly not for me. I always wanted to work in a creative facility so I'm really lucky to be able to do that. And also just to be able to write or create stories is a great experience I guess. [...] I was specially getting tired of the «pen to mouth» living I was doing. Like getting a contract and make a whole pile of money and then have no work for a few months and

chercher dans une symbolique de la liberté artistique et de l'expression personnelle, véhiculée notamment à travers l'organisation spatiale des activités autour d'un modèle d'espace de bureaux à aire ouverte (open space), l'idéal dominant d'un apprentissage permanent et l'absence d'une gestion structurée des ressources humaines. À cela s'ajoute le fait que l'expansion structurelle que connaît l'industrie du jeu vidéo depuis le milieu des années 1980 (fin des années 1990 à Montréal) implique une hausse parallèle des opportunités d'engagement et un élargissement de l'espace des possibles offerts à la carrière.

just be a student and hopefully find another contract. I was getting sick of it. So it looked like a good opportunity to change things up a bit. [**Sean**, 32 ans, directeur créatif]

Mon plan, à l'époque, à ce moment-là, en '91, à la fin de mon bac, c'était de faire une maîtrise en intelligence artificielle, puis ensuite, d'aller essayer de développer des jeux vidéo. Là, c'était rendu clair que je n'allais pas retourner en théâtre, que j'allais toujours continuer d'écrire d'une manière ou d'une autre sous une forme quelconque, mais je voyais les salaires qui se faisaient dans différents domaines, pis bon... [**Louis-Martin**, 35 ans, concepteur de jeux]

Or, même chez ceux qui n'ont pas été directement confrontés au marché du travail, l'enjeu de la sécurisation de la trajectoire professionnelle semble peser lourdement sur les « choix » des créneaux professionnel et sectoriel d'activités. Les représentations stéréotypées de la vie d'artiste et ses aléas, mais aussi la précarisation générale du travail (intensification du travail, fragilisation du lien d'emploi, insécurité en emploi, etc.), ainsi que les grandes difficultés qu'a connues le secteur des technologies de l'information au tournant des années 2000, ont pu jouer ici un rôle dans l'expérience subjective du travail et, partant, dans la construction du rapport au travail. Quoi qu'il en soit, la conciliation entre le désir d'un engagement personnel épanouissant, d'une part, et des garanties de sécurité ou de sécurisation du parcours professionnel, d'autre part, explique ici encore des concessions sur l'emploi et donne au-delà le contexte de la trajectoire de carrière. La peur d'un monde du travail trop aléatoire non seulement éloigne du projet d'être artiste, mais dirige de manière tactique vers le secteur du jeu vidéo de préférence aux autres secteurs industriels de la création numérique, plus durement touchés par la chute des titres technologiques. Toujours par crainte de l'aléatoire, on préférera le statut de salarié en entreprise à celui de travailleur autonome, en dépit de conditions de travail qui pourraient être plus avantageuses d'un point de vue financier ou autre. Comme nous le raconte Stéphane :

Dans le multimédia, j'ai remarqué que, souvent, c'est par contrat : tu vas travailler deux ans, on va te donner un salaire X, mais après ça, on ne te rappelle plus. C'est sûr qu'il y en a certains qui vont gagner plus, mais je pense que c'est des salaires que des gens vont donner parce qu'il y a un côté non-stable : souvent ça va être des contrats, tu n'as pas d'assurance, tu n'as rien. Alors, c'est difficile pour une personne : il faut qu'il planifie tout ça. Tandis que, moi, je n'ai pas tout ça à planifier, j'ai mes assurances qui sont déjà à l'interne. C'est sûr, les conditions de salaire sont plus hautes ailleurs, mais je pense que ça s'équivaut aussi alors... Il y a des gens qui ont besoin de changer juste pour changer. Moi, mon plaisir, je ne le trouve peut-être pas nécessairement dans le changement. [**Stéphane**, 30 ans, concepteur d'interfaces].

Les exemples de Lison, Sophie, Jean-Michel montrent pour leur part que la recherche d'une plus grande stabilité/sécurité dans l'emploi peut également expliquer, du moins en partie, la reconversion de professionnels confirmés venant d'autres secteurs de la création. C'est ainsi

que Lison et Sophie troquent toutes deux une pratique de travailleur autonome dans le domaine de la communication multimédia (Web design) pour un statut de salarié à temps plein dans un studio de développement de jeux vidéo. Pour Jean-Michel, qui a œuvré près de dix ans dans le secteur non-marchand de la création artistique, l'émergence de l'industrie du numérique à Montréal est vite perçue ouvrir l'espace d'opportunité dont il disposait jusqu'à lors comme artiste :

C'est clair que ce qui m'a amené vers l'ordinateur, c'était qu'auparavant... Bon, l'art, j'avais déjà fait de la pratique artistique typique, avec comme perspective au fond de dire : « ah ben, j'expose ou je vends des gravures, etc. ». Donc, un peu une vie assez difficile et [il rit] pas un salaire très très intéressant. Donc, l'ordinateur, tout de suite, ça avait déjà un côté attirant, on voyait qu'il y avait plus de travail de ce côté-là. [**Jean-Michel**, 48 ans, concepteur d'interfaces]

La décision de quitter un secteur d'activité pour un autre répond donc chez ces personnes à une recherche de sécurité, de rejet de l'aléa, du risque ou de l'imprévisibilité¹⁴³. Dans un paradoxe apparent, la mobilité (par la reconversion professionnelle) constitue ici un principe de gestion des risques par la prise de risque. Pour autant, le nomadisme volontaire sur les marchés du travail de création ne semble pas institué en véritable « culture » chez ces travailleurs, comme chez l'ensemble des professionnels de la création vidéoludique rencontrés. En fait, ni l'analyse de la production discursive des personnes — qui met en évidence un goût inverse pour la stabilité — ni les éléments objectifs des parcours de mobilité ne permettent d'étayer le modèle du nomadisme volontaire. S'il demeure malaisé de connaître le véritable initiateur de la mobilité et de départager de façon claire « *entre ce qui relève du salarié lui-même, ce qui relève de l'organisation, et ce qui relève d'événements spécifiques internes ou externes* » (Rogers et S.Ventolini, 2004), le nombre important de pertes d'emploi liées à une fermeture d'établissement oblige, déjà, à faire la part relative de la mobilité contrainte et non contrainte dans la mobilité globale de nos travailleurs.

En somme, rien ne démontre que les carrières dites nomades soient préférées aux carrières organisationnelles classiques, et la mobilité n'est assurément pas toujours un choix volontaire. À cet égard, un effet de décalage temporel pourrait expliquer l'écart entre mes observations et les résultats d'études antérieures conduites sur les professionnels du multimédia : de façon manifeste, le contexte d'incertitudes fortes dans lequel s'inscrit les

¹⁴³ Ou, comme le laissent entendre les cas de Jean-Michel et Justin, de la dépendance aux subventions. On pourrait ici dire qu'il y a recherche d'indépendance dans la sécurité et que la sécurité permet une sorte d'indépendance non négligeable...

parcours professionnels des travailleurs rencontrés pèse sur le « choix » de trajectoires resserrées autour du secteur et des métiers industriels de la création vidéoludique.

Des parcours révélés ou la passion de la création interactive

À l'autre extrémité du spectre des parcours d'engagement, le travail est systématiquement associé à la « passion », celle de l'amateur (en son sens étymologique : celui qui aime), situant ainsi du côté du plaisir plutôt que de l'astreinte la signification symbolique du travail. Cette passion pour le travail de création vidéoludique trouve ses raisons premières dans la spécificité reconnue au médium de permettre à la fois une expérience immersive et interactive. L'engagement dans l'activité professionnelle est de là tributaire d'une haute idée du médium vidéoludique comme puissant médium technologique d'expression et dont les potentialités narratives, suggestives, esthétiques ou émotionnelles resteraient largement à explorer. Cette manière commune de présenter la création vidéoludique est parfaitement résumée dans cet extrait d'article repris par un webmagazine français consacré aux jeux vidéo :

Selon le défunt réalisateur Samuel Fuller, le cinéma est "la seule discipline artistique qui contienne toutes les autres" (in *Les Inrockuptibles*, été 1991). Le jeu vidéo va plus loin encore : il permet de construire une œuvre totale et colossale, un véritable univers parallèle au fonctionnement indépendant, avec ses lieux, ses bâtiments, ses sons, ses variations de lumière et de climat, sa logique interne et ses habitants. Le jeu vidéo ne fait pas qu'agréger toutes les formes d'art qui l'ont précédé : il y ajoute la programmation, une discipline très subtile et très vaste (les moteurs 3D, l'intelligence artificielle, les moteurs physiques...) qui tient autant de la science que de l'art. [...] C'est un peu l'équivalent d'un pouvoir divin qui est ici offert à l'artiste : le pouvoir de reproduire ou de recréer la réalité dans tous ses aspects. (Guiganti, 2006)

Les travailleurs rencontrés sont ainsi particulièrement exaltés à l'idée de participer à l'invention des formes les plus récentes ou les plus actuelles de la création, d'explorer les possibilités narratives et plus largement expressives d'un nouveau médium issu de techniques en constante évolution. Ils rêvent d'une reconnaissance large et à court terme de leur travail par les pairs et les experts du milieu mais, aussi, par le grand public : en accord avec la logique marchande qui gouverne l'univers productif, la reconnaissance ultime se chiffre pour eux en termes de copies vendues.

À en juger à ce « souci du public », la posture de l'artiste commercial apparaît fortement intériorisée : « on crée pour répondre aux attentes des joueurs et non pour se faire plaisir » ; « le joueur est à la base du produit » ; « il faut être imaginatif, il faut être créatif, mais surtout il faut être capable d'adapter toutes les belles idées que l'on a à une clientèle cible ». Or, il

ne s'agit toutefois pas pour autant de souscrire à une logique marketing du « plaire à tous » : la rhétorique professionnelle se développe bien plutôt autour de l'idée de satisfaire un groupe cible, en fournissant aux utilisateurs finaux un jeu « plaisant », « novateur » et « adapté ». De fait, les récits des travailleurs, comme celui des dirigeants des studios de création, sont marqués par la volonté d'établir une frontière entre le monde du commerce, ses techniques marketing, ses impératifs mercantiles (auquel sont associés les éditeurs et le commercial) et celui de la création (auquel est associé le plaisir du joueur, notion abstraite qui cristallise les valeurs auxquelles ils se réfèrent). Les propos d'Alexandre, président-fondateur d'une société de développement de jeux vidéo solidement implantée à Montréal, sont à cet égard très clairs:

Je dirais que, souvent, le joueur est à la base du produit. Je veux dire, on fait... Il y a une différence à faire entre faire des jeux pour les éditeurs et faire des jeux pour les joueurs. Nous, on s'arrange pour qu'ils soient plaisants pour les joueurs. Le client [l'éditeur] est primordial, quand même, en bout de ligne. Mais si le jeu est plaisant, puis que les joueurs les aiment, c'est ça qui est bon. Puis, c'est toujours leur en donner plus. Nous, je dirais, c'est un peu le rôle du développeur de toujours l'avoir dans son optique. Et puis le rôle de l'éditeur, c'est d'avoir le côté commercial là. [**Alexandre**, 34 ans, entrepreneur]

L'argument de la valeur artistique et de l'« utilité sociale » de la création vidéoludique est d'ailleurs mobilisé de façon récurrente dans les tentatives de définition/spécification de l'activité afin de supporter une conception du métier qui n'est pas que commerciale. Tantôt présenté comme le médium d'apprentissage par excellence, tantôt décrit comme le meilleur médium pour raconter des histoires, tantôt encore situé à l'avant-garde de l'expression artistique et culturelle, le jeu vidéo est, dans tous les cas, perçu et célébré comme un médium d'exception; pour les plus convaincus, « *it's a catalyst for all our problems* » [Nicholas].

L'opinion selon laquelle le jeu vidéo n'est pas qu'un « simple » produit d'application commerciale fonde ainsi largement les représentations sociales qui régissent l'univers professionnel : le jeu vidéo est perçu et valorisé comme un médium d'expression autonome, qui crée ses propres codes et possède ses propres références; il s'agit pour le *game designer* d'en explorer la spécificité et de fournir les clés nécessaires à décrypter l'étendue de ses possibilités. Les propos de Justin sont exemplaires de l'opinion commune:

Les jeux vidéo, c'est vu comme uniquement commercial. C'est vrai, mais ça pourrait être autre chose [...] Il faut plutôt comprendre comment est-ce qu'on peut raconter quelque chose, comment est-ce qu'on peut exprimer quelque chose, et le faire différemment du cinéma ou de la peinture. [**Justin**, 28 ans, concepteur de jeux]

Il est important de bien voir que ce discours est porté par l'ensemble des créateurs de jeux vidéo rencontrés, y compris par ceux dont la trajectoire professionnelle ne suppose pas ou ne se définit pas par un choix fait *a priori* du métier. Cela dit, il ancre toutefois plus particulièrement le récit des engagements de certains d'entre eux. Chez ces personnes, la trajectoire professionnelle prend la forme d'un véritable parcours, s'ordonnant comme un crescendo maîtrisé par un « horizon » rapporté à un environnement lisible : devenir *game designer* constitue un aboutissement personnel et social et les décisions relatives à la participation au marché du travail se font plus stratégiques que tactiques. L'attrait des défis et des promesses du médium vidéoludique explique ainsi le choix de la filière de formation, généralement orientée vers les domaines de la communication multimédia ou de l'écriture interactive. Le « potentiel extraordinaire » de la création vidéoludique, comme le dira un de nos interlocuteurs, figure également au nombre des facteurs d'ordre positif qui incitent à se lancer en affaires.

L'effet de l'engagement amateur sur la biographie professionnelle est, dans ces cas, manifeste. Tous ceux, notamment, pour qui l'itinéraire professionnel est impulsé dès l'entrée dans la vie active par un projet d'entreprise ont connus antérieurement des expériences valorisantes au plan personnel et social comme créateur de jeux en amateur, soit en travaillant à des projets de jeux vidéo non commerciaux, soit en organisant sur une base semi-professionnelle des jeux grandeur nature de type Royaume d'Avalon ou Bucoline¹⁴⁴. Cet échange de l'enquêteur avec Laurent renseigne sur les dynamiques d'une trajectoire familière à plus d'un :

[Laurent]: I grew up on videogames.

[interviewer] : And that's where you decided to develop this passion into a career?

[Laurent]: [Hochement de tête affirmatif] Like most young people I wasn't sure how this would work out. But as I grew older and I came up with game concepts and I let people try them and they said: "Wow this is fun! I love this!" I've since decided that I wanted to move into game designing and creation. I mean, for example, one of my school projects, I made a game and given it to a few of my friends... this was a few years ago... and they still call me up and say: "I'm playing this game, I'm still playing it!!! [...] I suppose because my friends really enjoy the games I make; then, that kind of pushed me towards the career. [**Laurent**, 27 ans, entrepreneur]

¹⁴⁴ Voir pour un exemple de ces jeux grandeur nature : <http://www.royaumeavalon.com/nouvelles/index.php>;

De fait, et comme d'autres terrains d'enquête ont pu le démontrer, la majorité des studios de développement en jeu vidéo sont de petites entreprises portées à bout de bras par des individus en recherche de stabilité financière, mais aussi d'autonomie créative (Dyer-Witheford et Sharman, 2005: 192). Le rôle joué par ces mécanismes de croyances qui soutiennent le secteur (croyance en l'avenir, croyance en la possibilité de faire avancer l'histoire du jeu, croyance en la capacité d'y faire sa « marque » et d'y laisser sa trace) n'est sans doute pas à sous-estimer dans la propension des personnes à tenter l' « aventure » du montage de société, mais aussi et plus amplement dans l'implication subjective aux enjeux du métier dont font collectivement état les travailleurs rencontrés. En effet, qu'elles relèvent de parcours plus ou moins contrariés ou plus ou moins révélés, leurs histoires professionnelles si diverses ont assurément pour trame commune des perspectives prononcées d'autoréalisation dans la sphère professionnelle, qui vont de pair avec une adhésion profonde au travail. Si d'aucuns font de leur passion leur profession, les autres deviennent vite des professionnels passionnés.

L'amour du métier

De façon symptomatique, l'ensemble des travailleurs met volontiers en scène la passion du jeu vidéo au cœur des récits biographiques qu'ils livrent, n'échappant pas à la naturalisation de l'envie d'être avec le métier, dès lors perçu comme une réalité existant depuis toujours. À la question « Pouvez-vous me raconter comment vous en êtes venus à occuper cet emploi ? », la similitude des réponses est presque troublante :

Je pense que c'est quelque chose que j'aurais voulu faire depuis longtemps, mais je ne me rendais pas compte que c'était une job qui existait. [**Sophie**, 30 ans, conceptrice de jeux]

Mon intérêt pour les jeux vidéo, je l'ai depuis que je suis tout petit [...] Il n'est donc pas étonnant que, des années plus tard, je n'ai pas hésité une seconde à rejoindre [nom d'un studio de création] lorsque l'occasion s'est présentée. [**Alain**, 32 ans, directeur créatif]

I love games of any sorts. I always have been. [**Nicholas**, 33 ans, directeur créatif]

J'ai toujours été intéressé par le jeu vidéo. J'en programme depuis que j'ai douze ans [...] J'ai toujours eu l'intérêt là dedans. Je suis quelqu'un qui aime jouer aux jeux vidéo. [**Vincent**, 33 ans, directeur créatif]

J'ai tout le temps joué un peu aux jeux vidéo, ça a toujours fait partie de ma vie. Ça a toujours été un rêve. [**Thomas**, 31 ans, directeur créatif]

Ça a été toujours un hobby finalement de faire des jeux vidéo [...] quand on était jeune, on inventait des jeux vidéo, le jeu et la science ont toujours été deux axes qui ont été très présents dans notre famille. [**Alexandre**, 34 ans, entrepreneur]

J'avais 10 ans puis je disais : « moi, plus tard, je veux être scénariste de jeux vidéo. [**Jean**, 32 ans, entrepreneur]

Initially, when I was young, I thought that I wanted to design games. Now that I'm actually working on this company, I'm realising that I wanted to run a company that designs games. [**Laurent**, 27 ans, entrepreneur]

Depuis que je suis tout petit, j'ai une passion pour ça. J'ai tout le temps dit que j'ai deux grosses passions dans ma vie : les jeux vidéo et l'informatique. Soit que j'allais là-dedans, soit que j'allais dans le domaine de l'informatique, puis finalement je suis allé là-dedans et j'espère que ça ne va pas finir. [**Mathieu**, 26 ans, entrepreneur]

De façon conséquente, plusieurs incarnent le prototype de l'individu passionné par son travail : ils travaillent de longues heures par semaine, avouent s'investir énormément dans leur travail, entretiennent peu d'amitiés personnelles à l'extérieur de l'environnement professionnel, finalement, ils font de la sphère du travail la sphère principale, voire exclusive, de leur accomplissement personnel. L'engagement affectif envers leur travail se traduit par une forte identification sinon à l'entreprise, du moins à ses produits. Au sujet du dernier jeu sur lequel il a travaillé, Sean, par exemple, dira en entretien : « *I feel it's like my game, the best I can do* » [**Sean**, 32 ans, directeur créatif].

Cette passion envers le métier n'est pas toujours obsessive ou exclusive et peut se vivre de manière plus « détachée », dans la recherche d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée. La sphère du travail demeure néanmoins un pôle d'ancrage fort de l'identité individuelle et sociale par rapport aux autres sphères également pourvoyeuses d'identité et d'autres espaces d'investissements temporels et affectifs (la vie familiale, notamment). Cette implication au travail et dans le travail se révèle plus spécifiquement à travers trois grands thèmes, ressortis de manière transversale à l'ensemble des récits¹⁴⁵: 1/ l'identification personnelle (un investissement important ou très important de soi-même, un métier jugé bien correspondre à sa personnalité); 2/ la valorisation de l'activité, liée à l'importance perçue de son triple enjeu artistique, social et économique; 3/ l'engagement dans l'activité, qui se manifeste notamment à travers la volonté de progresser dans le métier, le désir d'apporter

¹⁴⁵ Je détourne ici les catégories analytiques du concept d'implication professionnelle, tel qu'opérationnalisé par Michel-Louis Rouquette et repris par F. Mariotti (2002).

des innovations dans le domaine, la croyance que son action peut être déterminante et, enfin, la fidélité au secteur.

En somme, l'implication subjective de ces travailleurs aux enjeux de la création vidéoludique éclaire sans doute, du côté de l'« offre de travail » cette fois, les processus de segmentations professionnelle et sectorielle qui s'observent sur le marché du travail. D'autant plus que cette implication personnelle dans le métier produit des effets certains en terme de dynamique individuelle, mais aussi collective. En effet, des pratiques, des représentations et des valeurs de travail (se dépasser, réussir, rechercher l'excellence en son domaine...) passablement homogènes chez ces travailleurs contribuent plus subrepticement à définir un espace professionnel singulier au sein des autres « professions » de la création numérique, alors que le groupe tend à se percevoir et à se représenter en termes d'appartenance commune. Il mérite de s'arrêter sur ce phénomène, puisque le degré élevé de cohésion interne dont jouit le groupe professionnel, les valeurs et le système normatif qui le structurent n'irait pas sans agir comme un facteur supplémentaire d'enfermement dans l'univers professionnel.

“What you get in Montreal is that: passion and determination”

Je l'ai dit plus haut, les travailleurs rencontrés sont nombreux à faire état en entretien d'un fort sentiment d'appartenance à un même milieu ou univers professionnel, si ce n'est d'une quasi dévotion pour l'« univers du jeu ». Cet univers renvoie à un vocabulaire et des exigences propres au secteur, à des modes de socialisation, à des modes d'organisation et de reconnaissance professionnels distincts; Montréal accueillant d'ailleurs à cet égard son lot d'organisations professionnelles et commerciales. À l'intérieur de cet univers professionnel, les créateurs de jeux vidéo apparaissent former un groupe social fortement intégré, soudé par une multiplicité de liens affectifs et sociaux qui vont au-delà du seul statut professionnel.

Des facteurs d'ordre sociodémographique et socioprofessionnel (âge, sexe, niveau de scolarité, revenu, expériences et ancienneté sur le marché du travail) nourrissent sans doute la production d'un lien social fort entre ces travailleurs. L'adhésion commune à une culture du numérique, acquise pour la plupart dès le jeune âge, et notamment à travers une socialisation précoce aux jeux vidéo et à Internet, s'ajoute à ces facteurs pour définir les contours de ce qui apparaît être chez eux une véritable « culture professionnelle » (une vision du métier), charriant des valeurs et des attitudes spécifiques, possédant ses propres codes ou conventions. Structuré par des modes de vie et des situations sociales passablement homogènes, le groupe présente une réelle « conscience collective » :

« *there's definitely a community of designers within the game development community* »

[**Sean**, 32 ans, directeur créatif]. Un second renchérit:

Il y a une fierté, une énorme fierté à être développeur de jeux vidéo. Je ne fais pas du SQL pis du Oracle [il n'est ni programmeur ni administrateur de bases de données], je fais des jeux vidéo : ça, c'est trippant! Puis, ils [les créateurs de jeux vidéo] connaissent les gens qui ont développé... ils connaissent les studios qui travaillent et qui ont fait ça. C'est presque un mode de vie, je dirais, parce qu'ils baignent là-dedans, ils tripent sur le jeu vidéo, ils jouent beaucoup avec : "as-tu vu tel style? Moi, ce concepteur-là, je l'adore!". Puis, entre eux, ils s'identifient beaucoup : ils ont des amis qui travaillent pour d'autres compagnies de jeux vidéo, ils aiment ça faire des LAN party... Les jeux vidéo, c'est vraiment un centre... [**Vincent**, 33 ans, directeur créatif]

Cette affinité de fonds avec la culture vidéoludique, exprimée spontanément par la majorité des travailleurs rencontrés, balise un espace de reconnaissance identitaire qui sert manifestement la construction d'une identité sociale et professionnelle commune. Mais elle est aussi un élément structurant des cadres pratiques et plus symboliques d'une sociabilité originale qui, dotant le groupe d'un degré élevé de cohésion interne, n'est pas sans effets sur la délimitation de l'espace individuel et collectif des pratiques ordinaires, dans ses dimensions physiques et symboliques.

Un premier de ces effets se voit dans le caractère « a-territorial » des réseaux sociaux qui soutiennent le secteur, alors que des liens trans-locaux constituent à l'évidence un élément central du fonctionnement du marché du travail et de l'emploi. Le secteur de la création industrielle vidéoludique semble à cet égard assez caractéristique des phénomènes de fusion/confusion entre des réseaux professionnels et des réseaux personnels qui s'observent dans le domaine du multimédia en général (Tremblay, 2003a). La mobilité relativement forte qui caractérise le secteur et les réseaux interpersonnels qui se créent au gré des rencontres extraprofessionnelles (lors de salons, de foires et sur le web) favorisent l'interconnaissance et donnent le sentiment aux travailleurs d'appartenir à un « petit monde » au sein duquel tout le monde (ou presque) se connaît: « *c'est comme une grande famille, tout le monde se connaît* » [**Marc**, 31 ans, entrepreneur].

Cela se traduit d'abord à travers les modes d'accès à l'emploi, dans lesquels les réseaux de connaissances jouent un rôle essentiel. L'importance de ces réseaux s'avère autant pour la circulation d'informations relatives aux projets en cours que pour l'embauche de salariés dans les entreprises. La transmission des renseignements sur le marché du travail, ainsi que l'aide reçue pour l'intégration et la recherche d'emploi sont clairement ici des processus qui s'établissent à une échelle débordant largement le « local », en raison de la nature des

ressources informationnelles (sites Web d'entreprise, banque d'emploi en ligne, autres sites Internet et forums dédiés...), mais aussi de la nature transnationale des ressources relationnelles (des réseaux de sociabilité) dont disposent les personnes.

Cette sorte de « famille en réseau » qui soutient le secteur s'observe également sur un plan plus strictement organisationnel, à travers la propension des petits studios de développement à souscrire aisément au concept de l' « organisation virtuelle » pour s'affranchir des contraintes spatio-temporelles dans la coordination d'un maillage d'acteurs indépendants les uns des autres. En effet, à l'instar de ce qui a pu être constaté dans les « communautés virtuelles » des développeurs de logiciel libre (Coris et Lung, 2005), c'est bien la densité du lien social entre les personnes appelées à se coordonner et à coopérer dans la production qui semble autoriser à la fois un dégagement de la proximité géographique et une dynamique organisationnelle spécifique (Roy-Valex, 2006)¹⁴⁶.

Or, à cette ouverture virtuelle et transfrontalière de l'espace physique des pratiques répond en symétrie la clôture symbolique de l'espace social des *game designers*. À travers les discours du groupe sur lui-même, s'observe en effet un travail social de construction d'une rhétorique professionnelle légitimante, qui permet l'affirmation à la fois interne et externe d'une expertise individuelle et collective spécifique. L'argument de la valeur artistique et de l'utilité sociale de la création vidéoludique est cette fois repris pour servir une autodéfinition positive du groupe professionnel, qui non seulement permet de défendre son territoire, mais aussi de marquer des frontières avec d'autres groupes professionnels, de fixer des principes légitimes et d'établir une échelle de classement. L'ensemble des récits de pratique est marqué par de telles tentatives de démarcation par rapport à d'autres groupes de travailleurs plus ou moins similaires, mais aux métiers de création plus traditionnels.

¹⁴⁶ Ce constat d'une communauté de créateurs « déterritorialisée », s'il est riche d'implications théoriques, mène trop loin des questionnements au cœur de ce chapitre pour que je m'y attarde longuement. Qu'il suffise de mentionner que, tout en reconnaissant sur un plan empirique l'efficacité productive de nouvelles formes spatiales d'organisation industrielle fondées sur l'usage des TIC, la littérature récente n'a cessé de souligner l'insuffisance des technologies à fournir les conditions nécessaires de la coordination. À cet égard, des approches plus interactionnistes, centrées sur le jeu des acteurs, montrent bien que, si la médiation électronique des rapports sociaux peut se substituer aux relations de face à face, y compris dans des situations faiblement standardisées, c'est sous la condition d'existence d'autres dimensions de partage entre les acteurs impliqués. En particulier, les exigences plus qualitatives de la coordination doivent être satisfaites. Ces exigences renvoient aux propriétés idiosyncrasiques des relations interindividuelles à l'échelle microsociale, à savoir la construction de relations de confiance, l'expression de rapport de force, la construction (au sens fort) d'un sens commun, partagé entre les différents acteurs impliqués. Pour un exemple parmi tant d'autres de la manière dont est conduite ce type de réflexion, voir : André Torre (2006).

Les propos de José, un ancien directeur artistique récemment promu au titre de directeur de conception, rendent bien compte de ce double mouvement d'affirmation/valorisation conduit au sein de l'entreprise et du secteur d'appartenance, d'une part, et dirigé au dehors de ceux-ci, d'autre part. En effet, José insiste tout d'abord sur le fait que sa pratique actuelle, contrairement aux autres métiers de la création en jeux vidéo, ne trouve d'équivalent ni en théâtre ni en cinéma (valorisation interne). Interrogé plus loin sur ses goûts en matière d'art et de culture, il réaffirme se sentir une certaine proximité avec les mondes plus traditionnels de l'art, mais tout en accusant de nouveau la distance qui le sépare des « artistes » et de leurs « vieux outils », indépendamment cette fois du secteur économique dans lequel s'exerce l'activité :

Je vais aux grandes expositions. Je ne m'intéresse pas aux petites parce que mon projet artistique est plus dans l'interactif et beaucoup d'artistes sont fixés encore sur de vieux outils : la peinture, la sculpture... des approches plus traditionnelles. C'est sûr que tu peux sortir des choses intéressantes là-dedans, mais ce n'est pas quelque chose qui m'intéresse. Je pense que les choses les plus vraies que tu trouves aujourd'hui dans l'art sont dans l'Internet : il y a de tout. Il y a des expériences interactives, il y a aussi des petits jeux [...] c'est super!, c'est super! [José, 33 ans, directeur créatif]

Si les créateurs de jeux vidéo forment un corps professionnel relativement jeune, des mécanismes de fermeture et de hiérarchisation apparaissent déjà clairement au travers la volonté de clôture de l'espace social et l'identification exclusive ou excluante. Les valeurs et le système normatif qui structurent le groupe professionnel tendent à faire du *game design* non pas un simple métier, mais une vocation (inspirée par de nobles motifs plus que par les gains financiers) et qui, partant, engage pleinement la personne. Comme le clamait récemment haut et fort un acteur de l'industrie locale: « *what you get in Montreal is that: passion and determination !* »¹⁴⁷. À tout le moins, ce slogan aurait-il valeur de mot d'ordre pour nos travailleurs. Cela se voit d'abord à l'échelle micro des pratiques sociales journalières, à travers la grande perméabilité des frontières entre vie professionnelle et vie privée. Au sujet des périodes de « charrettes » (*crunch-time*) auxquelles il doit se plier, un directeur artistique constate ainsi sans trop d'acrimonie ni de dépit :

Ce sont des périodes où le produit arrive à échéance et impose aux gens des heures de travail extrêmement longues, des semaines extrêmement remplies, incluant souvent

¹⁴⁷ La formule a été lancée sur un forum en ligne dédié aux jeux vidéo, à l'occasion d'un vif débat sur les atouts de Montréal pour attirer et retenir les entreprises du jeu vidéo (<http://www.developmag.com/news/29488/Montreal-is-not-an-efficient-place-to-run-a-business#comments> 17 mars 2008).

des fins des weekends. Ça fait que les amis, les gens qui gravitent autour de nous, sont souvent, justement, des amis. Et ça donne moins l'occasion peut-être de rencontrer des gens d'ailleurs. Tu es dans un milieu un peu plus intensif. C'est sûr qu'une grande partie du milieu social, en tout cas si je parle par rapport à mon point de vue à moi, est commun à mon milieu de travail. [**Patrick**, 32 ans, directeur artistique]

Mais cela se voit également à l'échelle méso de la branche industrielle, où un code officieux de valeurs et de conduites déprécie les appartenances professionnelles multiples, sinon contraint au dévouement exclusif. Questionné sur la porosité des frontières sectorielles de la création numérique, le point de vue de ce travailleur est représentatif des croyances qui rassemblent le groupe professionnel :

[interviewer] : Est-ce qu'il y a des passerelles entre les différents domaines ou mondes du multimédia ?

[Vincent] : Je pense que oui... Mais peut-être que tu es au summum en faisant du jeu vidéo en partant, cependant. Ça veut dire que tu peux commencer comme quelqu'un qui monte des sites web un peu plus farfelus et tu t'en vas un peu plus vers l'animé et les jeux vidéo : des jeux vidéo pour les sites web, des animations un peu plus pour le cinéma, des choses comme ça. Mais je pense que le jeu vidéo est plus le summum, parce que ça s'en va de plus en plus, avec certains jeux, vers du cinéma interactif qui englobe pas mal toutes les possibilités. [**Vincent**, 33 ans, directeur créatif]

Réagissant à cette même question, ce pionnier de l'industrie du jeu vidéo au Québec est encore plus explicite sur le caractère prescriptif des représentations sociales :

Je connais très, très peu de designers qui sont actifs ailleurs. Et inversement, très peu de gens de d'autres médias qui vont être actifs dans le jeu [vidéo]. À l'échelle mondiale, je pourrais les compter sur les doigts d'une main ceux qui ont un succès quelconque dans deux domaines à la fois. Je pense que c'est assez rare. La mentalité de base, la mentalité courante dans le domaine du jeu, c'est que, si on s'intéresse à autre chose, c'est parce qu'on dénigre le jeu, et qu'on considère que ce n'est pas suffisant. [**Louis-Martin**, 35 ans, concepteur de jeux].

Des échappées possibles

Si la fidélité au secteur est une caractéristique forte du marché du travail, les formes de pluriactivité professionnelle qui s'observe peuvent néanmoins engager à une certaine mobilité intersectorielle. Selon les buts qu'on lui assigne, la pluriactivité adopte des formes,

mais aussi des significations divergentes¹⁴⁸. À l'analyse comparée des situations en emploi, deux scénarii de pluriactivité professionnelle se dégagent, qui nuancent toutefois plus qu'ils ne remettent en cause la règle générale de l'ancrage sectoriel et professionnel dans l'univers de la création industrielle de jeux vidéo.

La pluriactivité professionnelle

La pluriactivité en situation de précarité financière

Le scénario le plus commun de pluriactivité se rencontre dans ces nombreuses entreprises en démarrage et/ou microstructures de production dont la viabilité suppose la possibilité de produire et travailler pour des domaines d'activités plus ou moins hétérogènes. En vue de limiter les risques et favoriser la rentabilité, la sécurité et le développement de l'organisation, ces structures de petite taille misent sur un portefeuille d'activité diversifié. La volonté est celle de tirer profit de produits « vache à lait », qui contribuent peu à la croissance mais génèrent suffisamment de liquidités pour pratiquer une politique d'autofinancement du projet d'entreprise et/ou des investissements nécessaires au développement de la mission première. Ces produits « vache à lait » (biens et services) sont appelés à disparaître du portefeuille d'activité une fois devenu inutiles pour l'avenir de l'entreprise. Pour beaucoup d'entrepreneurs, la contrainte de l'entreprise multiproduit est donc aussi celle du double métier ou de la pluriactivité qui, bien souvent, fait sortir du monde de la création industrielle de jeux vidéo pour entrer dans celui des « petits boulots ». Ce corrélat du risque entrepreneurial et de la médiocrité des rémunérations dérivées est bien exprimé par Mathieu:

C'est très, très, très, très, très épuisant: c'est du soixante heures par semaine. Et je suis chanceux d'avoir des partenaires qui font la même chose que moi, qui travaillent très fort, puis qui s'impliquent. Mais tous les gens à qui je parle, peu importe la compagnie... Je connais même des gens qui, en ce moment, font de l'argent, mais tout l'argent qu'ils font, il est reversé dans l'organisation puis ils travaillent... ils ont une autre job, ils ont un autre travail, aussi, de quarante heures par semaine. Puis ils font comme moi, ils essaient de mêler les deux, ils essaient de voir qu'est-ce qu'ils peuvent faire. **[Mathieu, 26 ans, entrepreneur]**

¹⁴⁸ La pluriactivité est entendue ici comme l'exercice de plusieurs activités professionnelles ou emplois différents, assurés de façon successive ou simultanée par une même personne au cours d'une même année.

C'est ainsi que Mathieu partage son temps entre ses projets d'entreprise et un travail salarié dans un petit magasin de matériel scientifique. C'est également ainsi que Laurent, concepteur de jeux et dirigeant-fondateur d'un jeune studio de développement, accepte d'exécuter de courts mandats sur une base contractuelle pour une firme locale spécialisée dans le domaine de la recherche industrielle sur les technologies multimédias et leur application en médecine. Toujours afin de financer le projet d'entreprise, lui et son partenaire d'affaires collaborent également à un projet chapeauté par Hexagram, un institut interuniversitaire montréalais qui promeut et soutient la recherche/création en arts et technologies médiatiques.

Cet exemple de travail « alimentaire » exercé dans le secteur culturel non-marchand des arts numériques est le seul qui s'observe au sein de l'échantillon d'enquête. Cela peut en partie se comprendre du fait que non seulement l'activité connexe doit répondre à la préoccupation première de « faire entrer de l'argent » (on l'a vu, la spécificité de l'univers artistique est clairement saisie par les personnes en tant qu'univers faiblement rémunérateur), elle doit en outre permettre, autant que faire se peut, de développer ses relations d'affaires. Dans ces visées, la diversification externe, c.-à-d.- hors du champ du secteur, est jugée moins profitable que la diversification intra-sectorielle.

Plusieurs « cas » au sein de l'échantillon exemplifient la situation. Président et directeur au développement d'un jeune studio, Laurent, par exemple, met du beurre sur son pain en proposant des services de programmation informatique et d'animation 2D/3D en sous-traitance, pour le compte de producteurs de jeux interactifs. De la même façon, Hélène finance son projet de création d'entreprise en jeux vidéo grâce à des contrats de travail renouvelés par l'employeur, une société de jeux de hasard en ligne. De son côté, Mathieu cherche à renflouer sa jeune entreprise (endettée, qui ne peut salarier personne et qui n'a produit qu'un seul jeu vidéo au succès limité) via l'organisation de *LAN Parties*. Le jeune entrepreneur n'hésite d'ailleurs pas à parler de ses deux « divisions », la division services et la division gaming :

Pour l'instant, le service sert de tremplin pour le gaming qui va venir plus tard, quand j'aurai plus de moyens. On veut développer des relations avec la division services, qui pourront nous servir aussi pour la division gaming pour la suite. [Mathieu, 26 ans, entrepreneur]

Mathieu croit fermement en l'importance des réseaux qu'il construit et, comme d'autres entrepreneurs aux prises avec de sérieux revers financiers, se raccroche tant bien que mal à un discours entrepreneurial vantant les mérites de disposer d'un « capital relationnel » fort :

Je fais d'autres projets, je fais entrer de l'argent à partir d'autres projets, puis à partir de cet argent-là, à partir de ces contacts-là que je vais développer [...] parce que si, en deux ans, d'un point de vue économique ça n'a pas été fantastique, d'un point de vue des contacts, ça a été incroyable. Ce qui fait que ce n'est pas vraiment une perte d'argent, c'est plus un investissement qui va me revenir à long terme. [Mathieu, 26 ans, entrepreneur]

En somme, si la pluriactivité en situation de précarité financière peut conduire à des échappées hors du monde industriel de la création vidéoludique, celles-ci ont un caractère conjoncturel et éphémère, et la fidélité au secteur demeure forte.

La pluriactivité par amour du métier

La seconde forme de pluriactivité qui s'observe se distingue de la première du fait d'engager une démarche beaucoup plus volontariste. L'exercice de plusieurs activités professionnelles ou emplois différents n'est pas ici occasionné *a priori* par la nécessité de diversifier les sources de revenus ou de compléter des revenus jugés insuffisants, et renvoie plutôt une pluriactivité dictée par l'« amour du métier ». La diversification de l'activité se tourne alors vers des activités connexes au métier qui lui sont liées dans la division du travail (recherche, enseignement, journalisme, critique...) et qui peuvent aussi impulser l'activité de *game design* proprement dit. À l'image de ce qui s'observe dans le premier scénario de pluriactivité, l'activité annexe s'apparente davantage à de « petits boulots » occasionnels qu'à de véritables seconds métiers. Deux cas d'installation dans l'activité secondaire se dégagent toutefois : le premier est celui de Jean, qui cumule depuis plus de cinq ans des tâches d'enseignement au collégial et des fonctions de dirigeant d'entreprise; le second est celui de Louis-Martin, concepteur-scénariste de jeux vidéo en « freelance », mais aussi auteur et chroniqueur prolifique dans le domaine du jeu vidéo.

Cette pluriactivité par « amour du métier » se décline également par diversification interne au cœur du métier, dans divers secteurs ou domaines d'emploi. Suivant les exemples fournis par des travailleurs, des personnes pourront développer, parallèlement à un emploi salarié à temps plein dans le secteur du jeu vidéo, une démarche artistique de création qu'elles chercheront à faire reconnaître et valoriser sur d'autres scènes sociales, par une mise en marché (dans le secteur industriel) ou par une mise en public dans le secteur non-marchand. C'est ainsi que Dominic, animateur 3D pour un grand studio montréalais de jeux vidéo, développe depuis trois ans en dilettante un projet de long métrage d'animation indépendant, tandis que Benjamin, illustrateur 3D dans ce même studio, accepte pour sa part de réaliser, moyennant une offre alléchante, des contrats d'illustration pour un prestigieux éditeur

littéraire. Dans un cas comme dans l'autre, le revenu secondaire escompté de ces activités parallèles pèse moins dans la balance que le défi artistique et le prestige à en retirer : un projet professionnel « intéressant » est de loin préféré à un projet lucratif.

Si ces derniers exemples de pluriactivité attestent d'une possible circulation des personnes sur les marchés locaux du travail de création, ils semblent toutefois refléter une réalité bien spécifique et somme toute assez marginale. En effet, l'articulation des activités professionnelles, qui passe le plus souvent par le cumul de fonctions salariales et de fonctions entrepreneuriales, est, aux dires mêmes des premiers intéressés, difficile à réaliser : la charge horaire importante nécessitée par l'activité professionnelle principale (définie en termes de volume) mène progressivement à délaisser l'activité professionnelle secondaire, qu'elle soit conduite sur une base régulière ou occasionnelle. Dans la majorité des situations rencontrées, les difficultés pratiques de cette forme de pluriactivité, qui implique une pratique salariée à temps plein en entreprise, apparaissent au final comme un facteur de stabilisation dans le créneau principal d'activité. Comme pour le premier scénario de pluriactivité évoqué, les échappées hors du milieu vidéoludique conservent un caractère conjoncturel et éphémère et la fidélité au secteur l'emporte une fois de plus largement.

Des modalités de l'appariement

À ces considérations d'ordre très prosaïque susceptibles d'entraver les « passages » entre les mondes de la création numérique, s'ajoute le fait que les mouvements sur les marchés locaux du travail de création semblent être le fruit de la mobilité de certains sous-groupes professionnels bien définis. Dans l'échantillon d'enquête, les spécialités majoritairement concernées par la mobilité intersectorielle se définissent en effet à travers un ensemble de qualifications ou de métiers reliés à la fabrication du produit et situés en périphérie ou plus en amont de la conception/création proprement dite. La situation peut en partie être comprise en regard de l'organisation sociale et productive du travail dans l'industrie du jeu vidéo qui, en raison de deux phénomènes convergeant, tend à dessiner cette ligne de segmentation assez nette entre les « métiers du design » et les « métiers du graphisme », évoquée au chapitre précédent.

En effet, d'un côté, la recherche accrue de flexibilité de la part des studios de création se traduit par une évolution tendancielle de leur structure organisationnelle vers l'externalisation partielle des activités les plus éloignées du cœur du métier. Des études récentes montrent que la sous-traitance est aujourd'hui commune, notamment dans le domaine des services dits créatifs : son, cinématique, design de personnages complexes, etc. (Secor Conseil,

2008). Cette montée de la sous-traitance est en outre favorisée par la complexification d'activités qu'il devient de moins en moins aisé (ou rentable) de totalement maîtriser en interne¹⁴⁹. C'est ainsi que, depuis le début des années 2000, les spécialités associées aux métiers de l'image et du son (animateur 2D, animateur 3D, infographiste, modelleur...), par opposition aux spécialités du design (concepteur de jeux, concepteur de niveau, scénariste...), font l'objet d'une politique croissante d'externalisation (Screen Digest, 2006)¹⁵⁰. En toute logique, cet affaiblissement des marchés internes des organisations au profit d'une flexibilisation de la demande de travail peut jouer en faveur de la mobilité externe des professionnels concernés, y compris de leur mobilité intersectorielle.

À cette dérégulation partielle des marchés internes s'ajoute, d'un autre côté, la transférabilité plus élevée des qualifications professionnelles dans les métiers du graphisme par rapport au caractère très spécifique des compétences développées dans les métiers du design. La situation a pour cause ou pour symptôme un fondement institutionnel, puisque des dispositifs de qualification professionnelle plus formels et mieux établis certifient en ces domaines les compétences à l'emploi (par le diplôme, notamment) et autorisent le déploiement d'un véritable marché multisectoriel du travail. Si l'échantillon d'enquête ne permet pas d'apprécier directement le phénomène, les témoignages recueillis sur le terrain laissent néanmoins entendre qu'un marché externe ou intersectoriel intervient plus activement dans les filières du graphisme par opposition à celles du design : en termes de dynamique du marché du travail, les règles du jeu sont perçues différer pour les deux groupes. Questionné sur les mouvements de personnels entre les différents secteurs de la création numérique, Louis-Martin, par exemple, considère les « artistes visuels » en jeu vidéo dans une catégorie bien à part :

Les artistes visuels, oui, ça se fait assez souvent. Les gens vont passer d'un projet de jeu à un projet de film, à un projet d'effets spéciaux à un projet de télé, un projet de publicité... Ça, de ce côté là, c'est assez évident. Dans les autres domaines, ça ne va

¹⁴⁹ Le souci d'exploiter les possibilités permises par les avancées technologiques des nouvelles générations de consoles pousse les développeurs à se tourner de plus en plus vers des spécialistes afin de sous-traiter certaines activités précises, très pointues ou demandeuses en temps et en ressources humaines. L'introduction plus récente des consoles Next Gen (appellation couramment usitée pour désigner la génération des Xbox 360, PS3 et Wii) ne ferait qu'amplifier le phénomène, en raison de « la résolution plus élevée des images (en termes de nombre de polygones) et la plus grande « subtilité » artistique (sur le plan des textures, des environnements, des effets de lumière) (Secor Conseil, 2008).

¹⁵⁰ Selon Screen Digest, ce serait en fait plus de 40 % des studios qui confient désormais des activités de type artistique (*background et environmental artwork*) en sous-traitance à des firmes externes (Screen Digest, 2006).

pas comme ça. [...]. Le travail des artistes visuels en jeu, maintenant - en fait, en jeu, en télé, en film ou dans d'autres domaines - se ressemble de plus en plus. C'est très courant pour ces artistes d'être embauchés à contrat sur la base d'un projet et, ensuite, partir quelques jours ailleurs sur autre chose et de revenir trois fois sur le projet. Ça, c'est courant. [**Louis-Martin**, 35 ans, concepteur de jeux]

Le témoignage de cet ancien infographiste, entré en 2000 dans l'industrie du jeu vidéo et devenu au fil des ans chef concepteur pour un grand studio de développement, est peut-être plus révélateur encore de l'espace des possibles qui est perçu s'offrir aux carrières des uns et des autres :

J'avais ces capacités quand j'ai monté mon porte-folio : ils disaient « Il comprend bien la 3D », tout ça. Mais maintenant, depuis que je suis dans la boîte, j'ai de moins en moins à l'utiliser ! [rires] Je sortrais de la boîte, je dirais « J'étais capable de modéliser, il faudrait que je réapprenne tout avec les nouveaux outils... » Donc ça, c'est un peu déprimant parce que je me sens de plus en plus cloîtrer dans l'industrie du jeu vidéo. C'est super intéressant comme travail, mais reste que, si jamais il y a un crash ou quoi que ce soit, que je sois obligé de me recycler, ça va être assez difficile. Il va falloir que je travaille beaucoup de façon personnelle pour... Alors que, si j'avais décidé de devenir modeleur ou directeur artistique, ben là, j'aurais encore cette expertise que j'avais avant d'entrer chez Ubisoft. Par contre, j'aurais eu le sentiment de ne pas avoir collaboré à la conception générale du jeu. [**Olivier**, 36 ans, directeur créatif]

On est ainsi tenté de rechercher les éléments différenciateurs de la mobilité intersectorielle dans le rôle structurant de la flexibilisation accrue du marché du travail ou discriminant des catégories de métiers (des fonctions professionnelles) : l'existence de compétences ou de qualifications plus aisément transférables d'un secteur à l'autre expliquerait la configuration des mouvements intersectoriels de main-d'œuvre. Mais si la probabilité de mobilité se trouve affectée positivement par ces facteurs, elle ne saurait trouver là ses seuls fondements. Questionné sur l'origine de son intérêt pour le jeu vidéo, la réponse donnée par Benjamin laisse entendre que la compréhension des pratiques circulatoires entre les différents secteurs/marchés du travail de création exige une investigation empirique plus fine des réalités endogènes :

Pour moi, c'est assez spécifique. Aujourd'hui, je me considère avant tout comme un artiste, un concept designer et un peintre. Je suis au service du jeu vidéo, c'est-à-dire que si, demain, je devais illustrer ou que l'on me proposait un métier dans le monde du cinéma, je m'adapterais au monde du cinéma sans problème. Ou le monde de l'édition, par exemple, comme je le fais. Ça serait pareil : je m'adapterais un petit peu sans trop de mal, parce que ce sont... Étant au service de ces industries, on est très mobile [...] On ne se dit pas : « je veux être illustrateur-peintre pour un secteur donné. [**Benjamin**, 34 ans, concepteur d'interfaces]

À travers cette tentative d'autodéfinition professionnelle, on voit émerger tout un système de référence sur la pratique de l'activité de création, qui épouse assez bien l'idéal postmoderne d'une convergence de l'art, de la technoscience et de l'industrie, au fondement même de la théorie du « capital créatif » de Richard Florida. En effet, circulant — au sens propre comme au sens figuré — entre différents mondes sociaux de la création numérique, Benjamin entrelace les activités et les métiers sur un marché largement indifférencié du travail de création, « adaptant » au besoin, comme il le dit lui-même, les référentiels identitaires (le « peintre », le « designer », l' « illustrateur »). D'autres, par contre, s'y prêtent avec plus de réticences. La situation est exemplifiée par un « cas » au sein de l'échantillon d'enquête, sur lequel il vaut la peine de s'attarder pour ce qu'il révèle par la comparaison.

Jean-Michel est dans la mi-quarantaine et se présente volontiers comme l'un des précurseurs montréalais dans le domaine de l'art par ordinateur. Il est impliqué dans les réseaux de la Société des arts technologiques (SAT), participe à l'organisation d'expositions et n'hésite pas à adopter un regard « surplombant » quand il s'agit d'évoquer le paysage de l'art numérique à Montréal. Le récit qu'il livre a pour ligne de force une tentative d'articuler, successivement et en simultané, une pratique artistique de création dans le secteur culturel non-marchand (de la gravure jusqu'à l'art par ordinateur) et une pratique salariée en entreprise (ce qu'il appelle « la production »). Son parcours professionnel traduit clairement cette volonté de mener une carrière mixte, qui hybride démarche personnelle de création et production industrielle.

En effet, après dix ans de pratique des arts traditionnels (gravure et peinture), suivie d'une formation universitaire en arts et « nouveaux médias », Jean-Michel connaît deux expériences successives de travail salarié en entreprise. Il œuvre tout d'abord comme infographiste, puis comme directeur des ventes et du marketing pour un studio montréalais d'animation infographique tridimensionnelle, spécialisé en cinéma 3D. Il occupe par la suite un poste de chef de la production artistique dans un important studio de développement de jeux vidéo, également situé à Montréal. Ces deux épisodes d'emploi témoignent des atouts dont il dispose pour faire valoir son expérience artistique dans les contextes productifs — industriels et commerciaux — de la création numérique.

Cependant, au moment de l'entretien, Jean-Michel a depuis peu quitté le studio de jeux vidéo qui l'embauchait et vit sur les ressources financières tirées des trois dernières années pendant lesquelles il a « très bien gagné sa vie ». En dépit des avantages financiers qu'il a pu en tirer, il garde un souvenir clairement négatif de cet épisode d'emploi : « quand j'ai arrêté de travailler dans le domaine du jeu, j'en avais vraiment ras le bol ». Jean-Michel se situe manifestement à un tournant de son parcours professionnel. Il loue un atelier-studio près du centre-ville avec trois autres artistes et désire ardemment se replonger dans son activité de création.

Comme d'autres, Jean-Michel a été confronté aux difficultés pratiques de développer une démarche artistique personnelle tout en étant salarié à temps plein en entreprise : de son propre aveu, « ce n'est pas comme ça qu'on arrive à quoi que ce soit ». Revendiquant explicitement une identité d'artiste, il pose aujourd'hui un regard général assez critique sur le monde de la production industrielle (marqué sans nul doute par son passage dans le secteur du jeu vidéo), qui le conduit à hiérarchiser l'art et la production. Il n'exclut toutefois pas la participation à des projets « de production », si tant est que ces derniers présentent pour lui

un intérêt artistique : « Si on était dans un pays communiste où tu n'as pas à Mettons que tu oublies complètement le côté salaire et gagner sa vie, moi, si c'était seulement moi, je ne travaillerais pas en boîte, je ne pense pas, à moins d'une production géniale : François Truffaut revient à la vie et fait de l'animation par l'ordinateur ! ».

Contrairement à Benjamin, Jean-Michel trace donc des frontières assez nettes dans le domaine de la création numérique entre l'art, la création et le travail-passion, d'un côté, la production industrielle, le commerce et le travail « alimentaire », de l'autre. S'agissant de comprendre et prédire les comportements de mobilité sur les marchés locaux du travail de création, l'évocation de telles frontières dans les entretiens (d'un système social de classement des personnes et des choses) invite à reconsidérer le problème au-delà des dimensions objectives des parcours. En effet, selon toute vraisemblance, Jean-Michel n'a pas seulement été confronté aux difficultés prosaïques de la pluriactivité, il s'est également heurté à une incompatibilité entre deux univers de métiers à la fois techniquement proches et symboliquement éloignés. Dits autrement, les récits de nos travailleurs ne se différencient pas que sur le plan des pratiques effectives de mobilité, ils traduisent plus fondamentalement une adhésion à des conceptions sensiblement divergentes du travail de création et de sa valeur qui, traçant les frontières symboliques de la pratique artistique, définissent en termes essentialistes des espaces d'appartenances.

C'est en se faisant sensible à ce type d'écart entre parcours factuels et représentations subjectives des univers professionnels qu'il s'agira, dans la dernière partie de ce chapitre, d'élaborer une « interprétation plausible » des similitudes et des différences qui s'observent dans les itinéraires biographiques des travailleurs rencontrés.

Des manières de vivre et de vivre dans le métier

Les convergences entre les récits de pratique recueillis permettent de considérer les créateurs industriels de jeux vidéo comme un groupe socialement et culturellement homogène, mu par les mêmes dispositions vis-à-vis du métier, partageant un cadre commun de références et d'actions et porteurs d'une rhétorique professionnelle de présentation du groupe passablement unitaire. Mais s'il est possible à partir de là de soutenir l'existence d'une culture professionnelle spécifique aux métiers du *game design*, les valeurs et les références qui sous-tendent cette culture appellent néanmoins des positionnements individuels différents. Les points de divergence observés renvoient dès lors moins à une rupture brutale entre des logiques antinomiques qu'à une radicalisation par les uns d'aspirations également présentes chez les autres, mais de façon moins prononcée.

De manière révélatrice, on trouve chez les professionnels rencontrés des niveaux très variables de satisfaction au travail, qui renseignent sur la probabilité des déplacements sectoriels¹⁵¹. En effet, si certains travailleurs se disent satisfaits, voire très satisfaits de leurs conditions de travail, et n'envisagent pas construire leur avenir professionnel ailleurs que dans le domaine de la création industrielle vidéoludique, pour d'autres il en va tout autrement : le degré d'insatisfaction au travail est élevé et pèse clairement sur le désir d'opérer non seulement une reconversion professionnelle, mais une sortie définitive du secteur d'activité.

Les récriminations des travailleurs mettent directement en cause ces « questions chaudes » qui, vues de l'extérieur, taraudent l'industrie : heures supplémentaires non reconnues, horaires décalés, empiètement du travail sur le temps du loisir, bref, une culture organisationnelle du temps de travail excessif, de plus en plus souvent décriée publiquement. Sur ces aspects du travail, le discours se fait néanmoins ambivalent : plusieurs prédisent une amélioration de la situation à court terme et d'aucuns en perçoivent déjà les signes. L'insatisfaction est néanmoins bien réelle, mais trouve d'autres motifs. En effet, d'une manière beaucoup plus affirmée, les doléances et les préoccupations se forgent au travers le sentiment exacerbé de ne pas avoir les moyens nécessaires pour faire, selon les termes d'un de nos interlocuteurs, un « travail de qualité ».

Dans la majorité des récits, l'« amour du métier » revendiqué se décline ainsi sur le thème de la déception ou de la résignation quant aux conditions concrètes dans lesquelles on l'exerce. Les attentes se heurtent à des cadres de production perçus comme autant de contraintes qui interfèrent avec l'exercice du métier et, plus spécifiquement, avec la fonction de création/conception clairement revendiquée par l'univers professionnel. On l'a vu, aucun de ces travailleurs n'adhère parfaitement aux rapports au travail de type utilitariste et l'affirmation des dimensions expressives ou créatives du travail est une donnée primordiale dans la construction du rapport au métier. Or, sur cet aspect bien précis, la mise en œuvre et la reconnaissance de l'activité se butent en situation à des décalages entre la définition construite par les travailleurs et la réalité de leur travail.

¹⁵¹ Depuis les années 1970, des travaux en économie du travail soulignent l'intérêt de prendre en compte la satisfaction dans l'emploi pour comprendre et prédire les comportements sur les marchés du travail, notamment sur la probabilité d'une mobilité volontaire (pour des travaux plus récents : Lévy-Garboua, Montmarquette et Simonnet (2006).

Le métier entre représentation et réalité d'exercice

Les tensions qui résultent de la confrontation des conceptions du métier et des attentes des travailleurs aux situations vécues de travail se jouent plus exactement à trois niveaux : 1/ la finalité du travail ; 2/ la définition et la maîtrise de la qualité ; 3/ la rationalisation de la fonction de création.

Les frustrations exprimées par ces professionnels de la création tiennent d'abord à l'impression d'un renversement des hiérarchies, alors que la logique marchande qui gouverne l'univers productif tend à dévaloriser la fonction de création en rabattant les valeurs qui y sont relatives (originalité, liberté, expérimentation, risque) sur les valeurs strictement commerciales de la production vidéoludique. Les deux extraits qui suivent le montrent bien :

[interviewer] : Alors, la profession de concepteur de jeux, comme telle, ne vous intéresse plus ?

[Louis-Martin] : Oui, ça m'intéresse... L'aspect créatif est encore intéressant. Le seul problème, c'est que l'aspect créatif dans le jeu, dans l'industrie du jeu d'aujourd'hui, est devenu tellement secondaire que, même dans les meilleurs cas, on est pris dans des carcans franchement pas très agréables. Il n'y a plus de risque qui se prend dans cette industrie-là. Il n'y a plus beaucoup de création libre. Et même si le fait que, personnellement, je n'ai pas de problème à m'orienter vers le marketing — c'est naturel, c'est normal et je trouve que c'est une bonne chose — mais il y a des limites. [**Louis-Martin**, 35 ans, concepteur de jeux]

En réponse à une question similaire sur la satisfaction tirée de son emploi actuel, Naomi répond :

I'm sort of interested in being in the avant-garde of things, and commercial game development is typically not there — sometimes it is, and some people really don't care about that; there are really mainstream themes or expressions — but my personal aesthetic interest lies in some of those but also in other, more challenging things. So, if I was only interested in the extreme avant-garde or something, I would probably be miserable; but because I'm also a player of regular, mainstream games, it doesn't bug me to the point of leaving. I guess it's also that I'm a realist or practical person and realized that figuring out or finding a company making something that is really out there is incredibly rare and... I don't know. [...] But, I think I probably stand for things being a little less commercially predictable, yes. [**Naomi**, 35 ans, conceptrice de jeux]

Les frustrations exprimées par les travailleurs se nourrissent également du sentiment d'être dépossédés de la définition et de la maîtrise de la qualité, alors que les commanditaires (employeurs et/ou éditeurs) érigent la réponse du marché en critère définitif de la valeur des productions (le marché définit la valeur des produits, plutôt que leur « qualité »). Le ressentiment est d'autant plus marqué que la mainmise des commanditaires sur les choix de

nature « éditoriale » apparaît se faire au détriment du développement qualitatif de la création. Les témoignages allant en ce sens ne manquent pas. Comme le dit José:

C'est peut-être la lacune la plus profonde qu'il y a en jeu vidéo : c'est qu'on fait des produits bons à jeter. Ça, c'est un problème fondamental pour moi. Il y a effectivement... C'est un peu vide. C'est un peu vide. D'autant plus que les consoles changent à chaque cinq ans. Donc le concept de pérennité, le concept de dire, en cinéma : « J'ai fait un classique, c'est intéressant parce que c'est quelque chose d'immortel », je ne pense pas... En jeu vidéo, non, ce n'est pas comme ça. Après cinq ans, on change de console. Mais même après six mois, le jeu n'est plus à la mode, même s'il est excellent. [...] c'est du jetable qu'on fait. [José, 33 ans, directeur créatif]

Ou encore Olivier :

Les jeux, ils ne sont pas encore assez approfondis : il manque quelque chose ! C'est toujours du concept : « je dois jeter le jeu pour en acheter un dans les trois prochains mois ». Ça, c'est clair, les compagnies cherchent encore les profits avant tout, avant de faire des classiques. [Olivier, 36 ans, directeur créatif]

Les mêmes propos sont tenus par François, dans un français qui en dit déjà long sur la nature d'une industrie fortement internationalisée et orientée vers les marchés mondiaux :

L'industrie veut vendre, mais ce n'est pas ce que je vais trouver intéressant. Ce que je trouve intéressant, c'est le user's modelling. We can communicate a message to the user. And we can monitor how it is received by the user. And we can rectify it as much as we want until the user... C'est vraiment très profond. C'est le genre de complexité qui m'intéresse. Ce n'est pas la complexité visuelle ou informatique. [François, 32 ans, concepteur de niveaux]

Les travailleurs sont ainsi nombreux à dénoncer ces studios qui, jadis, prônaient l'originalité et aujourd'hui, jugulés par le marché, donnent dans les jeux aseptisés et les suites sans âme:

Now, you look at your average game nowadays and it's... It's bound to be either A. a license or B. a sequel. If it's an original type one, the only kind of real originality that comes out of this industry, always comes from Japan. Never do these things come from the West. The Japanese always come up with really crazy ideas of what makes a good videogame. Sometimes, we just go "wow! Those Japanese just do those crazy things and they're fantastic!" But western development tends to be like, the next Sam Fisher game, the next Splinter Cell game, the next Ghost Recon game, the next Tom Clancy's game, the next Halo, for example, one of the biggest games of all time, is essentially just a very well good version of lots of previous games before it. But then you get Halo 2 and then Halo 3 and it's becoming... quite scary. For one it's stiffening creativity. [Nicholas, 33 ans, directeur créatif]

Je te dirais que les années d'âge d'or du multimédia à contenu digital... il a eu son heure de gloire entre 1997 et 1998, peut-être 1999. Maintenant c'est devenu... les compagnies

ont commencé à prendre le médium et à en faire quelque chose de commercial. C'est qu'avant, tout était plus créatif de façon indépendante. Maintenant, on dirait que les compagnies ont compris... Avant, les compagnies comprenaient pas du tout ce que c'était le 3D, vu qu'elles ne comprenaient pas c'était quoi, tout était nouveau pour eux. Les artistes 3D étaient des gens qu'il fallait avoir absolument dans leurs compagnies parce qu'ils savaient des choses que personne savait. Soit des web designers, tout ce qui est création multimédia, les gens ne savaient pas du tout ce que c'était. Ils étaient prêts à les avoir à n'importe quel salaire. Mais, maintenant, les coûts... tout ça, le médium s'est saturé, quoi. [Stéphane, 30 ans, concepteur d'interfaces]

À un troisième et dernier niveau, les frustrations tiennent enfin à l'organisation industrielle du travail qui, soumis à des impératifs de productivité, tendrait à limiter l'autonomie et l'expressivité personnelles à la faveur d'un travail impersonnel, mécanique et routinier. Aux yeux des travailleurs, la division du travail par type de tâches et par niveau hiérarchique morcelle à outrance la fonction de création, tandis que la spécialisation des métiers est poussée jusqu'à enfermer dans la monotonie de tâches répétitives. Les conseils donnés à des aspirants *game designers* par cet enseignant au collégial, également fondateur-dirigeant d'un petit studio de développement, sont à cet égard révélateurs :

[...] j'ai beaucoup d'étudiants qui me demandent « Nous on est dans la technique d'intégration multimédia, mais à Montréal, en ce moment, c'est l'industrie du jeu vidéo qui est en train de se développer... Est-ce que ce ne serait pas plus intéressant pour nous d'aller faire des jeux vidéo ? » Je leur dis, pour eux, s'ils vont faire ça, ils vont se retrouver à faire de la texture et du modèle 3D à longueur de journée. Mais, s'ils vont dans une compagnie de multimédia, là ils vont faire de la conception. [Jean, 32 ans, entrepreneur]

À cela s'ajoute le fait que les rythmes imposés de travail ne permettent pas de pousser ses idées aussi loin qu'on le souhaiterait: « *la qualité, pourvu que ce soit relativement passable, ça marche; c'est juste qu'il faut qu'on le fasse vite* » [Jean-Michel, 48 ans, concepteur d'interfaces]. Dans sa langue bien à lui, François exprime clairement le décalage ressenti par nombre de travailleurs entre la signification qu'ils attribuent à l'activité (la place qu'ils lui réservent dans leur existence) et l'effectivité de son exercice :

On me demande de produire sans me laisser penser à ce que je produis, car je n'ai pas le temps de penser aux conséquences de ce que je fais. En tant que créateur, ça me gêne car je veux faire du monde une place meilleure. [...] C'est deux autres différences avec Hollywood et Silicon Valley : les créateurs à Hollywood ont eu le temps de comprendre leur médium à son plein potentiel pour envoyer un message. Originellement, l'art était un moyen de transmettre un message qui défiait le pouvoir. C'est le denotative message, connotative message, included in Art work. Message received avant et après, après décodage du message. Donc, au départ, l'art était le moyen de faire du monde une place meilleure. C'est ce qui est inclus dans le mot « avant-garde ». Tu le fais avec un but précis : que le monde soit une meilleure place. C'est un peu idéaliste, mais je crois

en ça, je crois que les artistes ont une responsabilité. [François, 32 ans, concepteur de niveaux]

Au final, l'expérience du monde du travail dans les métiers de la création vidéoludique s'avère décevante pour plus d'un :

Au début on voit qu'il y a tout un marché pour, évidemment, les gens... qu'il est bien intéressant de travailler dans les jeux. Puis on leur promet des salaires au-dessus de la moyenne et tout ça. Mais, au bout du compte, ça devient un peu aussi des sweat shop, pour prendre un anglicisme. Le milieu de production, lui, est vraiment axé sur la productivité, c'est évident. Et puis on presse le citron pas mal. Donc, on se retrouve aussi à un certain âge devant finalement une ambivalence : « est-ce que je reste là-dedans et je deviens, je ne sais pas, un gestionnaire ou quelque chose comme ça ? ». Et puis on fait de moins en moins de création, donc ça peut devenir un peu frustrant. [Jean-Michel, 48 ans, concepteur d'interfaces]

Directeur exécutif de l'International Game Developers Association (IGDA), Jason Della Rocca expliquait dernièrement le roulement élevé du personnel qui s'observe dans le secteur du jeu vidéo par de mauvaises pratiques managériales et une piètre qualité de vie au travail :

More fundamental is the notion that immature practices and extreme working conditions are bankrupting the industry's passion — the love for creating games that drives developers to be developers (Della Rocca, 2006).

Selon toute vraisemblance, les désertions du secteur ne s'expliquent pas tant par les paramètres objectifs de l'organisation du travail, qu'en regard de la transformation profonde de l'industrie ces dernières années, alors qu'une série de facteurs (accélération des mouvements d'internationalisation et de concentration, course effrénée à l'innovation technologique, escalade des coûts de production) convergent pour restreindre le degré d'autonomie des personnes par rapport aux contraintes techniques, économiques et esthétiques de production. Marqués bien souvent par la nostalgie d'un passé révolu, les récits livrés par les travailleurs expriment en creux le malaise d'un secteur artisanal devenu en quelques années un phénomène industriel et planétaire. De l'avis même des premiers intéressés, l'industrie capitalise sur les valeurs sûres, prend peu de risques créatifs et commercialise des produits à saveur « universelle » contrairement, par exemple, à l'industrie cinématographique culturellement plus marquée. À l'instar de José, plusieurs de ces travailleurs expriment un même souhait : « *c'est seulement d'être libre créativement* ». [José, 33 ans, directeur créatif]

Des adversités structurelles

Il est un lieu commun de la sociologie de l'art et de la sociologie de la culture de voir dans la revendication et l'attitude d'autonomie de la culture, en particulier de la création, les fondements au 19^e siècle de la spécification sociale de cette sphère ou sous-système d'activité et de son organisation moderne (c.f. supra, chapitre 1). Historiquement soutenu par les modèles de financement étatique, le mythe de l'artiste romantique, détaché de toute dépendance (à l'égard du politique, du champ économique et de ses marchés, du public et des enjeux de reconnaissance, etc.), est aujourd'hui encore bien présent et entretenu au sein du réseau institutionnel de l'art. Si l'on suit Bourdieu (1992), l'adhésion à cette conception particulière de l'art, et aux rejets qu'elle implique, est en fait une condition *sine qua non* de la réussite dans le champ artistique.

Un travail de terrain exploratoire (Roy-Valex et De Verdalle, 2007) avait déjà mis en évidence des collaborations entre « art » et « industrie » vécues sous le mode de la confrontation par des artistes œuvrant principalement dans le secteur non marchand de l'art numérique. Ces artistes ont la particularité d'avoir été ou d'être amenés à collaborer avec des entreprises commerciales sous forme de contrats de court terme ou de piges, tout en maintenant en parallèle une pratique artistique personnelle. Leur intégration dans des environnements dont la légitimité est avant tout commerciale se fait toutefois, règle générale, à contrecœur. Les attentes de ces travailleurs vis-à-vis de l'industrie sont d'autant plus décalées qu'ils ont eux-mêmes une pratique artistique personnelle, impliquant d'autres scènes sociales de diffusion et de valorisation. Cela peut conduire à des formes de bipolarisation de l'activité (pratique en entreprise versus pratique artistique personnelle), plus ou moins rationalisées en situation d'entretien. Par exemple, une interlocutrice, après avoir présenté une expérience ancienne et peu agréable (« cela m'a rendue très malheureuse »), tente de minimiser le décalage actuel entre ses deux pôles de pratique (avec l'idée qu'elle choisit aujourd'hui des projets en entreprise qui l'intéressent, lui apportent un challenge). Elle soulignera néanmoins dans la suite de l'entretien (presque un cri du cœur) que, si elle avait la possibilité, financièrement, d'arrêter ses piges pour se consacrer à son travail de création personnel, elle le ferait « tout de suite ! ». [Martine, artiste en arts numériques, 44 ans].

Ces « problèmes d'identité » ou de « cohérences identitaires » s'observent pareillement au sein de la population des créateurs industriels de jeux vidéo à Montréal. Cela laisse à penser qu'ils peuvent se rencontrer, à divers degrés, dans tous les secteurs/marchés de la création numérique, indépendamment de l'espace de liberté individuelle et intellectuelle autorisé par

les conditions objectives de la pratique du travail de création. Chez les travailleurs du jeu vidéo, le souci éthique qui accompagne l'adhésion à une conception romantique du travail de création conduit les plus fervents d'entre eux à édifier, parallèlement à leur activité salariée, des espaces alternatifs d'expression (festivals et autres événements, collectifs virtuels de création, etc.), si ce n'est à fomentier explicitement une « contre-culture » du jeu vidéo (c.f. le collectif montréalais Kokoromi¹⁵²). D'autres choisiront plus radicalement, ou plus simplement peut-être, de quitter l'industrie, troquant une position enviable (tant sur le plan salarial qu'en vertu de la position symbolique qu'ils occupent au sein du modèle professionnel) pour une situation moins « avantageuse » sur des marchés créatifs parallèles (Jean-Michel, Louis-Martin).

Il ne s'agit toutefois pas ici de figer des stéréotypes et nos interlocuteurs tiennent des discours qui peuvent être fortement contrastés. Aussi, ces deux postures « critiques » qui s'observent dans l'échantillon d'enquête — celle de la rébellion plus ou moins douce et celle de la désertion pure et simple — contrastent avec une troisième, définie par des dispositions plus conformes aux exigences de l'univers productif industriel et marchand. Si, pour ce troisième type descriptif, le modèle identitaire de référence demeure là encore celui de l'artiste, c'est un modèle qui tend à se détacher plus franchement du modèle traditionnel pour se prêter davantage aux logiques du monde économique (qui ne va pas non plus sans transformation). La manière dont la personne construit son monde pour lui donner sens et rester équilibré autorise cette fois une pluralité d'engagements ou d'investissements sociaux, qui non seulement permet de « tenir » dans le métier malgré les évolutions qui l'affectent, mais rend non problématique les circulations entre les différents secteurs/marchés de la création numérique. Le cas de Benjamin, présenté tout juste avant l'encadré ci-haut sur Jean-Michel, l'illustre parfaitement. En effet, se définissant tout à la fois et simultanément

¹⁵² Kokoromi, « expérimentation » en japonais, est un jeune collectif montréalais formé à l'origine par trois concepteurs industriels de jeux vidéo (Heather Kelley, Damien Di Fede et Phil Fish), auxquels se joindra bientôt Cindy Poremba, artiste, commissaire et chercheuse universitaire en arts médiatiques. Dès ses débuts, Kokoromi marque ses distances par rapport à l'univers des jeux commerciaux et promeut de manière très active l'expérimentation et l'exploration artistique dans la création vidéoludique, à travers divers projets (Lapis, FEZ...) et activités sociales (organisation d'événement (Game Art Montréal - GAMMA), participation à des colloques (le symposium *The art of Play*, etc.), entrevues, conférences). Les appartenances institutionnelles et les affiliations d'intérêt de ses membres situent résolument ce collectif à l'interface du monde industriel et de celui de la recherche création en arts numériques. Un des membres fondateurs du collectif a été rencontré en entretien, peu de temps avant la formation, en 2006, du collectif.

comme artiste-peintre, designer et illustrateur, Benjamin incarne dans une large mesure cet idéal postmoderne du « travailleur créatif » dépeint par Richard Florida : dans les représentations et à travers sa pratique, il subsume, en quelque sorte, les positions de l'artisan et de l'artiste pour circuler sans heurt entre les différents mondes sociaux de la création numérique.

Mais ce que montre bien l'analyse croisée des discours et des itinéraires biographiques c'est que, si les catégories sont poreuses, elles n'en existent pas moins tendanciellement. En dépit d'un contexte sociétal qui favorise aujourd'hui le brouillage des identités créatives ou, à tout le moins, une mise à l'épreuve du modèle traditionnel du travail artistique, le mythe de l'artiste romantique demeure un point d'ancrage et un référentiel fort pour la construction des identités personnelles, professionnelles et sociales. Les frustrations exprimées tiennent ainsi pour l'essentiel à cette difficile dialectique, du point de vue des premiers intéressés, entre liberté créatrice et exigence esthétique, innovation technologique et impératif mercantile. Les propos tenus par François sont, là-dessus, on ne peut plus clairs :

Là où je travaille, celui qui avait créé la franchise avait une vision avant-gardiste, mais c'est continué par des gars qui ne l'ont pas. Et cette nouvelle brand a été surutilisée, comme pour la nature. Mais c'est la nature de la compagnie. Corporation are the beast. Les artistes originaux, légitimes, sont ceux qui ont des intentions pures : justifying their attempt to expose themselves. Rather to express their humanity than to make money. [François, 32 ans, concepteur de niveaux]

Cette « division morale du travail » entre le « pur » et « l'impur » que nous propose ce jeune *level designer* rappelle qu'il n'a jamais été facile, pour un bien ou pour un mal, de concilier sur le marché du travail de création valeurs artistiques et logiques économiques. Assurément, les activités de création ne constituent pas un grand tout indifférencié, ne serait-ce qu'en raison de l'entretien des frontières symboliques fragiles mais essentielles de la pratique artistique, qui contribuent à structurer ce marché particulier du travail en différents mondes de production relativement imperméables entre eux.

Conclusion

Il est probable que l'essor et la vitalité du secteur montréalais de la création numérique dite artistique aient pu contribuer, parmi de nombreux autres facteurs, à impulser le développement de l'industrie du jeu vidéo à Montréal (Pilon, 2007: 343). Mes propres résultats ne remettent pas en cause l'existence possible de tels effets de débordement diffus dans l'espace technologique dont a pu bénéficier l'industrie à ses débuts. Toutefois, ils ne

permettent pas d'accréditer l'idée que, dans les phases ultérieures de développement, le secteur de la création dite artistique et le secteur industriel du jeu vidéo forment à Montréal un couple sectoriel fortement lié, du moins au regard du transfert de la main-d'œuvre « créative » dans les métiers artistiques de la création numérique.

Trois phénomènes, particulièrement prégnants sur le terrain d'enquête, ont été discutés: 1/ des effets de cloisonnements induits à l'entrée du secteur du jeu vidéo par une mobilisation sélective de la main-d'œuvre; 2/ la stabilisation sectorielle des parcours (mais non nécessairement des emplois) à la faveur d'un enracinement professionnel dans les métiers du *game design*; 3/ des formes d'échappées hors du secteur de la création industrielle vidéoludique, qui nuancent plus qu'elles ne remettent en cause la règle générale de l'ancrage sectoriel et professionnel. Ces observations laissent à penser que, dans la longue durée historique de l'industrie du jeu vidéo, comme à l'échelle temporelle des itinéraires professionnels individuels, les comportements de mobilité intersectorielle n'auraient pas de raison d'être durables.

L'analyse compréhensive du matériau qualitatif apporte des éléments d'interprétation permettant de rendre intelligible les phénomènes d'appariement de l'offre et de la demande qui s'observent, et conduit à discuter plusieurs dimensions connexes aux déterminants de la mobilité externe ou intersectorielle dans les métiers de la création numérique à Montréal. Parallèlement à la recension des situations de mobilité, il a été ainsi possible d'identifier un certain nombre d'éléments de nature objective et subjective qui entravent la fluidité de ce marché particulier du travail, voire érigent des cloisonnements importants entre les secteurs. La volonté de dépasser les approches classiques de la mobilité pour rendre plus concrète, sur le plan sociologique, la notion économique de « marché » du travail a permis de voir en particulier que des logiques sociales et culturelles interfèrent clairement sur les processus économiques de segmentation/désegmentation du marché du travail de création.

D'un côté, des processus d'exclusion sélective à l'entrée dans les métiers industriels de la création vidéo ludique et opérant sur la poursuite de la carrière se traduisent par une demande de force de travail qui ne se présente pas sur un vaste marché indifférencié des compétences artistiques, mais s'adresse à un segment bien spécifique de l'offre: mieux vaut être un passionné de jeux vidéo, jeune, anglophone et de sexe masculin. En dépit de besoins importants en ressources créatives et de l'ouverture du marché de l'emploi dans les métiers du *game design* (l'entrée sur ce marché n'est pas subordonnée à la possession d'un titre ou d'un diplôme spécifique), des résistances subjectives, plus encore peut-être que des

obstacles objectifs, édifient un ensemble de barrières invisibles autour de ces métiers et limitent leur accès. D'un autre côté, la stabilisation sectorielle des parcours suite à l'entrée dans le secteur du jeu vidéo va pareillement à l'encontre d'une dynamique intersectorielle de l'emploi sur un vaste marché local du travail de création. En effet, suite à l'entrée des personnes dans ce secteur, la mobilité inter-firmes, bien que considérable, est, d'une part, non nécessairement voulue, et, d'autre part, avant tout une mobilité de proximité, c'est-à-dire essentiellement confinée au secteur et aux métiers de la création industrielle vidéoludique.

Tel qu'on l'a vu, les mouvements intersectoriels s'avèrent de faible intensité et bien circonscrits (aux premiers temps des itinéraires, à certaines fonctions périphériques au métier...). Cela s'observe en dépit de contigüités et de cohérences sectorielles susceptibles en toute logique de favoriser les déplacements d'un pôle à l'autre (artistique vs commercial) de la création numérique : des conditions d'emploi et de productions apparentées, la proximité géographique de bassins de travail connexes ou apparentés. Cette stabilisation des parcours professionnels dans les métiers du *game design* est favorisée par une addition de facteurs : la recherche de liberté dans la sécurité, l'implication subjective aux enjeux de la création vidéoludique, l'adhésion aux valeurs et au système normatif qui structurent le groupe professionnel, les difficultés pratiques de la pluriactivité. À ces éléments, s'ajoutent des contingences organisationnelles et managériales (liées au désir de protéger les investissements en capital humain et à une double contrainte de confidentialité et de gestion de l'incertitude), qui contribuent à la résilience des modèles classiques de la carrière sédentaire dans ce secteur, en dépit de la prévalence d'un mode de fonctionnement par projet.

Plus fondamentalement peut-être, la reconstitution des histoires professionnelles a montré que, au-delà des effets de cloisonnements induits par les stratégies des entreprises (relatives aux conditions d'insertion, d'emploi et de carrière), la culture organisationnelle qui sous-tend l'univers du jeu vidéo et fonde les identités au travail conforte à travers ses divers vecteurs de transmission une conception particulière de l'art et de l'artiste, qui trace les lignes de partage, explique les processus d'appartenance et de rejet. Vue sous cet angle, ce serait moins la méconnaissance du milieu culturel montréalais envers le secteur du jeu vidéo qui est en cause dans la pénurie constatée de main-d'œuvre créative, qu'une attraction de la pensée pour des conceptions sensiblement divergentes du travail et des pratiques de la création. Allant à l'encontre des forces macro-sociales qui jouent en faveur d'un processus de « dédifférenciation » de l'économique et du culturel, des adversités structurelles toujours actives font obstacle à l'intégration des artistes dans ladite nouvelle économie: art versus

argent (du point de vue des finalités), art versus gestion (du point de vue du contrôle), art versus industrie (du point de vue de la logique productive).

CHAPITRE V : DES PRATIQUES CULTURELLES AUX FRONTIÈRES DU TRAVAIL ET DU LOISIR

L'exploration des récits de pratique au chapitre précédent a permis d'entrevoir en filigrane un phénomène de fusion/confusion entre travail et vie privée, alors que l'investissement personnel dans l'activité favorise le brouillage des frontières des espaces et des temps du travail et du hors travail. Ce chapitre revient sur cette ambiguïté des rapports entre les sphères du travail et de la vie privée, pour explorer plus avant ses implications sur la signification même du « loisir culturel » et son incidence sur la pratique de la ville. L'hypothèse explorée est celle des « effets de lieu » et met directement en cause cette idée, structurante chez Richard Florida, d'un éthos créatif qui se manifeste non seulement dans la vie professionnelle, mais également dans le style de vie et les pratiques de loisir, y compris les activités extérieures de loisir axées sur les arts et la culture.

À l'intérieur de ce cadre travail/loisir, la question essentielle est bien ici à savoir si les créateurs industriels du jeu vidéo à Montréal sont, en raison des exigences de créativité et d'innovation propre à leur activité professionnelle, eux-mêmes sensibles au profil culturel de la localité où ils exercent leur activité? Cet angle de questionnement soulève une série de questions liées : dans quel espace d'inspiration et de création ces professionnels dits « créatifs » travaillent-ils ? La densification des activités culturelles sur le territoire, la richesse et la diversité de la vie artistique « locale » pèsent-elles, d'après leur propre expérience, sur les facteurs déclenchants l'acte créateur à l'origine de l'innovation en matière de produits ? La créativité est-elle associée à la présence d'équipements culturels ?

Un retour sur la pertinence même de ces questions s'impose avant d'aller plus loin, puisque l'espace de liberté individuelle et intellectuelle dont disposent les travailleurs à l'étude peut sembler *a priori* problématique pour conduire une réflexion sur la créativité individuelle. En effet, tel qu'on l'a vu au chapitre précédent, les conditions dans lesquelles s'exerce très concrètement le travail de création dans ce secteur d'activité limitent l'individualité créatrice de diverses manières et pour différentes raisons. Or, si tous les créateurs industriels de jeux vidéo rencontrés reconnaissent le caractère éminemment collectif de l'entreprise à laquelle ils participent, ils n'insistent pas moins sur la dimension créative des tâches qui leur incombent en propre. Indépendamment des cadres pratiques de l'activité, c.-à-d. des conditions « objectives » d'initiative et de création dont disposent les personnes, la volonté affirmée de tous ces travailleurs est d'explorer les possibilités narratives ou plus largement

expressives du médium vidéoludique et, sur ce thème, la valorisation d'une individualité créatrice est vite apparue au cœur des récits de pratiques qu'ils ont livrés.

Précisions méthodologiques

Au plan empirique, la reconstitution des 29 récits a été menée selon une perspective double. D'une part, il s'est agi de repérer dans le contenu manifeste de ces récits les pratiques relatives à l'activité créatrice (c.-à-d. à la démarche ou au processus de création) telles que décrites par les individus, en portant une attention particulière aux sources déclarées d'inspirations, d'émulation et d'information. D'autre part, il s'est agi de reconstituer les répertoires culturels individuels (c.-à-d. les pratiques, les formes d'art, les goûts et les dégouts avoués) afin de mieux spécifier l'espace des pratiques culturelles dans lequel s'inscrivent collectivement ces travailleurs. L'option analytique revenait en définitive à mettre en relation des pratiques culturelles «localisées » (au sens de liées à un lieu géographique) et l'activité de travail proprement dite.

Dans l'étude évoquée au chapitre 2, Graham Drake (2003) souligne avec justesse que :

A creative worker's subjective, personal or emotional response to place will affect how they may use the attributes of that place for aesthetic inspiration, and that response will be moulded by individual identities, perceptions and beliefs (2003: 513).

Le commentaire milite en faveur d'une analyse phénoménologique ou psychologisante du rapport sensible et émotif de la personne à l'espace urbain. Sans nier la pertinence de ce type d'approche, la démarche privilégiée ici repose sur la conviction qu'une lecture plus strictement sociologique de ce rapport peut, pour sa part, ouvrir à la compréhension des logiques ou des mécanismes sociaux qui, en contexte, autorisent l'« actualisation expérientielle » et lui confère, en définitive, sa valeur. Dans la volonté de dégager les logiques socioculturelles qui organisent l'univers professionnel et structurent les pratiques, il s'agit donc moins de questionner le rapport sensible de l'individu aux attributs culturels de la localité de travail, que d'être attentif au rapport subjectif qu'il entretient à son environnement.

Deux questions ouvertes, chacune accompagnée d'un ensemble de sous-questions, introduisaient explicitement les dimensions à explorer. La première question (Où trouvez-vous vos idées, vos sources d'inspiration et d'information pour votre travail?) visait notamment à faire préciser la part qui revient aux attributs culturels de la localité

d'implantation du lieu de travail, perçus comme signifiants pour stimuler le processus créatif. En fonction de la réponse apportée, cette question pouvait donner lieu à des questions de relance ou d'approfondissement portant plus directement sur le lien à la « ville »¹⁵³. La seconde question (D'un point de vue personnel, est-ce que vous profitez beaucoup de la vie culturelle à Montréal ?) recouvrait une interrogation plus large sur les pratiques de loisirs culturels (c.-à-d. en dehors du temps du travail professionnel rémunéré) et l'articulation de ces pratiques à l'activité professionnelle : partage du temps entre travail et hors travail, sens accordé aux pratiques et rapport au travail.

La présentation des résultats s'appuie sur l'analyse de cette articulation de l'univers culturel et de l'univers professionnel de la population enquêtée. Les éléments les plus significatifs de cette articulation conduisent à présenter et discuter alternativement : 1/ les préférences et les habitudes en matière de pratique et de consommation de loisirs culturels, qui mettent en évidence une forte cohérence du groupe étudié, tant au niveau des comportements que des critères normatifs affichés; 2/ les usages et les logiques qui sous-tendent la constitution des répertoires, alors que l'influence de l'univers professionnel apparaît peser lourdement sur les pratiques et les habitudes, au-delà des prédicats d'une sociologie déterministe; 3/ les formes de participation quotidienne à la vie culturelle « hors les murs » et leurs liens avec l'activité de travail.

Élite culturelle et culture d'élite

Des sujets *a priori* tout prédisposés

Les développements récents en sociologie de la culture gardent de trop grandes velléités déterministes ou réductionnistes dans l'interprétation des pratiques et des habitudes culturelles. Il n'est toutefois pas sans intérêt pour ouvrir la discussion de se tourner vers les schémas interprétatifs usuels de la sociologie des pratiques culturelles puisque, en regard de certaines caractéristiques sociales objectivables qui « classent » notre population enquêtée selon les variables prédictives traditionnelles (âge, statut civil, milieu d'origine, catégorie socioprofessionnelle, taille de la localité de résidence), tout indique que, en théorie, les

¹⁵³ Pour ne donner que deux exemples de ce type de questions qui furent posées : « Est-ce que tu trouves dans la ville une source d'inspiration ou d'émulation pour ton travail ? » ; « Does the reputation of Montreal in the field of video games development change something for you being here? ».

créateurs montréalais de l'industrie du jeu vidéo sont de fervents amateurs d'art et de culture.

En effet, si l'on tient compte du statut socioprofessionnel de ces travailleurs (en prenant pour indices la scolarité et la profession), ces derniers font partie d'une population (cadres, professions intellectuelles ou culturelles) généralement perçue, à travers notamment les grands sondages de comportement culturel, comme principale consommatrice de biens culturels. Fortement scolarisées et hautement qualifiées, ces personnes disposent en effet de la double ressource culturelle et économique que requiert la pratique de loisirs culturels et qui, en principe, facilite l'accès aux plus « légitimes » d'entre eux. L'âge et la position dans le cycle de vie de nos travailleurs — jeunes adultes et majoritairement sans enfant — seraient en outre garants de leur capacité à y consacrer du temps.

À ces dotations propres à la catégorie sociale, s'ajoute une socialisation souvent précoce aux arts et à la culture (par la filière de formation, notamment) ce qui, en matière de comportement culturel, pourrait s'avérer autant sinon plus déterminant encore que les critères conventionnels de statut social (Tavan, 2003). Enfin, la probabilité d'avoir à faire à de forts consommateurs culturels augmenterait du fait même de leur activité professionnelle, qui engage des habilités expressives ou imaginatives: en toute logique, il est permis de penser qu'en raison de cette proximité avec les mondes de l'art plus traditionnel, l'univers professionnel dans lequel évoluent les individus soit susceptible de constituer un milieu d'opportunités, voire même d'imposer de forts incitatifs à la consommation culturelle.

À cela s'ajoute encore une donnée contextuelle (un « substrat sociogéographique ») pouvant influencer de manière positive sur les comportements en termes de fréquence, mais aussi de diversification des pratiques. En effet, d'une part, la dynamique culturelle des grandes villes — la quantité et la qualité de l'offre — constituerait en elle-même un facteur d'activation et d'élévation du niveau des pratiques culturelles (Maresca, 2003). D'autre part, en raison de facteurs historiques (colonisation française) et géographiques (proximité des États-Unis), la participation de Montréal à deux univers culturels imposerait de fait à ses « élites » une ouverture sur l'extérieur (Latouche, 1993: 56).

En somme, un ensemble de propriétés ou de dispositions sociales dont sont porteurs nos travailleurs en font des sujets tout prédisposés à présenter une sensibilité développée à la vie artistique et culturelle montréalaise. Dans un premier temps, la description des traits saillants de l'espace des pratiques culturelles dans lequel s'inscrivent collectivement ces travailleurs suffira à revenir de manière empirique sur ces questions.

Lieux, pratiques et logiques de la consommation culturelle

La première remarque qui doit être faite à partir des données empiriques dont je dispose tient à la forte cohérence du groupe social des créateurs industriels de jeux vidéo, qui s'observe non seulement dans le rapport au travail qu'entretiennent les membres du groupe professionnel (c.f. chap. 4), mais également dans leur rapport à la culture. En effet, la reconstitution des profils culturels individuels et la comparaison de leur cohérence interne révèlent à l'échelle du groupe un haut degré d'homogénéité dans les pratiques et les préférences culturelles. La similitude des profils de consommation en matière d'art et de culture s'avère également dans les formes de participation quotidienne à la vie culturelle hors les murs. Au-delà ou à côté du contenu manifeste des répertoires culturels, il est en outre possible de repérer dans les discours produits par nos interlocuteurs une parenté dans les critères rationnels mais aussi normatifs des pratiques culturelles, qui transcendent les parcours culturels individualisés.

Un premier constat de récurrences empiriques tient à cette « bonne volonté culturelle » (Bourdieu, 1979) dont font preuve à divers degrés nos enquêtés et que la sociologie de la culture donne depuis longtemps pour caractéristique des classes moyennes et moyennes supérieures. Cette bonne volonté culturelle se traduit en situation d'entretien par une propension à d'abord circonscrire le champ des préférences culturelles aux formes les plus classiques de la culture légitime, à savoir une culture académique ou savante, « cultivée » ou « légitimée ». C'est ainsi que des personnes situent au centre de leurs intérêts culturels des activités associées à l'idée de culture noble (cinéma d'auteur et cinéma de répertoire, théâtre institutionnel, opéra, musées et galeries d'art), quand bien même ce goût déclaré ne coïnciderait pas toujours avec les pratiques effectives (en termes de volume). Mais cette bonne volonté culturelle se lit aussi à travers le regret, maintes fois exprimé, de ne pas profiter des institutions de la vie artistique montréalaise autant que souhaité, d'aucun s'accusant même de faillir à une obligation en la matière :

J'aimerais bien faire plus de musées, de spectacles, des choses comme ça. Enfin, il faut en profiter, c'est sûr. [**Dominic**, 34 ans, concepteur d'interfaces]

Aller au cinéma, aller voir des spectacles, je n'ai pas beaucoup de temps pour ça, sinon je le ferais, c'est sûr. [**Vincent**, 33 ans, directeur créatif]

I don't go to the art gallery often, nearly as often as I should. [**Sean**, 32 ans, directeur créatif]

S'il est possible d'attribuer à la situation d'entretien cette insistance à vouloir donner les preuves de son appartenance aux formes les plus classiques de la culture légitime, celle-ci ne témoignerait pas moins de la persistance des principes traditionnels de classification et d'évaluation en matière de « capital culturel » : l'apparition d'un discours cherchant à plaire ou à être en conformité avec la perception qu'à l'enquêté de l'enquêteur révèle une situation où la personne reste prise dans une logique qui oppose les goûts et les pratiques selon les hiérarchies culturelles traditionnelles. À mesure que filent les récits, l'intérêt pour l'art et la culture s'avère néanmoins recouvrir des formes beaucoup plus variées, laissant entendre l'existence d'une hiérarchie plus floue, voire la nécessité d'en chercher ailleurs les principes organisateurs.

En effet, au niveau des pratiques, d'abord, le volume d'activités déclaré en matière de loisirs culturels montre en définitive une sensibilité faiblement marquée à l'univers de la culture cultivée. D'une part, la consommation de loisirs culturels est essentiellement liée à la sphère domestique (jeux vidéo, audio-visuel, lecture, pratiques artistiques en amateur), laissant la part congrue dans les répertoires aux sorties culturelles et plus encore aux « sorties cultivées » (entendue comme l'ensemble des pratiques liées au spectacle vivant et au patrimoine : théâtre, concerts classiques, opéra, musée). Les sorties culturelles sont en effet principalement tournées vers les salles de cinéma (le septième art est souvent l'objet d'une véritable passion), l'ensemble des enquêtés visitant peu ou pas les institutions officielles de la culture à Montréal, y compris les lieux plus marginaux de la création numérique dite artistique. À l'exception du festival Élektra et de la Société des arts technologiques (SAT), mentionnés chacun à une reprise, aucun centre d'artiste, organisme, festival ou événement montréalais relevant du domaine de la production indépendante en arts numériques n'est expressément nommé dans les récits de pratique recueillis.

Ce résultat était loin d'être attendu et a conduit à compléter les entretiens par la passation d'un questionnaire écrit, visant à mieux cerner la connaissance du milieu institutionnel montréalais de la création numérique dite artistique (annexe VI). Les données recueillies par le biais de ce questionnaire confortent le constat qu'il est possible de tirer des entretiens : cette fois, seule la SAT, où se déroulent depuis quelques années les rencontres organisées par l'IGDA, a été identifiée comme un lieu connu. Il serait toutefois hasardeux de tirer de ces résultats des conclusions tranchées. En effet, la validité de ces résultats est mise en cause du simple fait que le questionnaire n'a pas été systématiquement utilisé (cinq personnes seulement l'ont complété), et cela pour deux raisons : 1/ le questionnaire a été élaboré à mi-campagne, après une première analyse transversale du corpus; 2/ il a semblé susciter chez

les personnes invitées à le remplir un embarras susceptible de nuire à la relation enquêteur-enquêté, ce qui a incité à cesser son utilisation. À la lumière des données de terrain, il n'en demeure pas moins que, si les milieux culturels peuvent méconnaître l'industrie du jeu vidéo (Racine, 2006), l'inverse apparaît tout aussi vrai, du moins au moment où fut menée la campagne d'entretien. En revanche, la fréquentation des grands festivals populaires montréalais constitue, dans les formes de participation quotidienne à la vie culturelle hors les murs, une préférence clairement affichée sinon une activité généralisée.

Aux côtés de ces activités de nature plus culturelle, les loisirs de sociabilité (bars, cafés et discothèques, restaurants, visites amicales, participation associative) occupent une part moindre mais néanmoins significative du temps libre non contraint ou « non productif ». Le cadre social de la pratique apparaît cependant passablement restreint, puisque les enquêtés affirment de manière générale entretenir peu d'amitiés à l'extérieur de l'environnement professionnel. Une diversité de facteurs, en premier lieu la part prise par le travail dans la vie quotidienne, expliquerait une sociabilité personnelle largement fondée sur les relations du travail (c.f. supra, chapitre 4). Tous ne sont pas pour autant friands d'activités paraprofessionnelles, *a fortiori* lorsqu'elles sont de nature formelle ou organisée. Questionné sur l'existence éventuelle d'une sociabilité professionnelle construite autour d'un sens de la communauté, Nicholas répond par la négative en évoquant la nature solitaire du travail de création par ordinateur et, par extension, du *high-tech* artiste : « *We are all very computer centric, our lives revolve around computers* ». Il ajoute ensuite, non sans une pointe d'autodérision:

Another thing that doesn't contribute to the sense of community, is the fact that we fell... a lot of people feel - that people like Ubisoft, and especially EA - they run people to the ground, they do things like trying to push their six day work weeks. People work ridiculously long hours, 70 hours a week when you work for EA. And we generally get pissed off with that. So they tend not to... every theoretical time off they have, is usually purely for themselves and not necessarily for community or social kind of activity. The IGDA is quite well attended, but when you consider that there's probably about 3000 or 4000 people who are all working in the videogame industry, probably even more, you get an average of about a 100 to 150 people turning up these meetings, which is not very much. So people tend to be A) too tired; B) too busy; C) too geeky; or D) all of the above [rires]. So yes, it's a bit tricky, it's not impossible but it's tricky. [Nicholas, 33 ans, directeur créatif]

Enfin, la pratique de loisirs sportifs, de même que le tourisme, y compris le tourisme culturel, sont pour leur part peu mentionnés et, lorsqu'ils le sont, répondent à d'autres temporalités : occasionnellement les week-ends et lors des grandes vacances.

Lorsque les pratiques et les habitudes de consommation culturelle sont considérées sous un angle plus qualitatif, le groupe professionnel s'avère là encore moins porteur du « goût pur pour l'art pur » que les premières affirmations pouvaient le laisser croire. Les profils culturels individuels et collectifs tendent en fait vers un modèle de goût et de légitimation de prime abord plus populiste qu'élitiste : les répertoires sont principalement axés sur des formes commerciales, industrielles et/ou médiatiques de la production culturelle. Pour décrire et justifier ses préférences, un de nos interlocuteurs affirme d'ailleurs sans ambages « *I'm a pop-culture junkie* » [Nicholas, directeur créatif, 33 ans]. Issus de divers groupes ethnolinguistiques (Canadiens anglais, Franco-québécois, Hispano-américains, Anglo-américains, Européens d'expression française), par ailleurs généralement bilingues, parfois trilingues, ces amateurs de « pop culture » s'abreuvent aux sources d'une production transnationale et multiforme, urbaine et cosmopolite, générée par les plus récentes industries d'une économie culturelle mondialisée ou globalisée.

Mais si les répertoires culturels sont imprégnés de la culture de masse (entendue ici comme l'ensemble des productions, des pratiques et des valeurs modelées par l'industrie culturelle), ils s'inscrivent toutefois nettement dans les registres de ce qu'on pourrait appeler une « culture populaire pour initiés » (par opposition à une « culture *des masses* »), où la part belle est faite à certaines expressions culturelles minoritaires, subcultures et contre-cultures, marginales et/ou marginalisées, du moins dans l'aire géographique culturelle des répondants.

Ainsi, le cinéma hongkongais, les mangas japonais et la musique alternative représentée dans ses divers courants (rock expérimental, post-punk et électronique) figurent couramment en tête de liste des préférences. Symptomatique aussi de cette dualité culture de masse / culture pour initiés, le médium télévisuel suscite autant l'adhésion que le rejet en tant que relais et producteur de culture. Reprenant à leur frais la charge connue des intellectuels contre une culture de masse source d'uniformisation et de médiocrité des contenus, voire d'aliénation des individus (une « culture dégradée », dans la conception de l'École de Francfort), deux répondants expriment clairement leur résistance face à une telle « massification » de la culture et affirment d'ailleurs pour cette raison ne pas posséder de téléviseur. D'autres y voient au contraire l'expression d'une véritable « culture populaire » (au sens de pratiques réinvesties librement par le peuple); les formes et le contenu télévisuels prenant dès lors valeur de signifiant métaphorique de l'art populaire en général. C'est dans cette veine que, situant néanmoins cette fois le débat autour d'enjeux esthétiques plus qu'idéologiques, la majorité des personnes justifie sa consommation télévisuelle par une

fascination pour les formules de l'esthétique produites par les mass media modernes en général, et les technologies communicationnelles innovantes en particulier.

Enfin, un intérêt au moins autant anthropologique qu'esthétique pour les cultures du monde se traduit par un goût pour l'aventure et l'exotisme en matière culinaire : les amateurs de petits restaurants et épiceries ethniques sont nombreux. Dans les mots mêmes d'une de nos interlocutrices, la consommation de cuisine exotique sans devoir sortir de son « chez soi » a ceci pour net avantage qu'elle « *procure une ouverture sur le monde même à ceux qui ne peuvent se payer le prix d'un billet d'avion* » [Hélène, 47 ans, conceptrice de jeux]. L'offre plurielle des restaurants citadins et, plus largement, les rues cosmopolites de Montréal constituent pour ces raisons un critère positif d'appréciation de l'environnement quotidien.

Entre « savant » et « populaire »

Je reviendrai plus en détail tout au long de ce chapitre sur les caractéristiques des comportements culturels de la population enquêtée. Mais ainsi brossées à grands traits, les pratiques et les préférences culturelles des membres du groupe professionnel étudié autorisent d'ores et déjà un certain nombre de constats qui permettent d'interroger, à partir de données empiriques, le profil culturel généralement prêté sans trop de distinction aux nouveaux professionnels de l'économie créative.

1/ Contrairement à ce que soutient Richard Florida (Florida, 2002c: 169-182), le loisir d'aventure ou le loisir sportif (sport extrême, escalade, exploration de la nature, etc.) ne semblent ni particulièrement prisés par les créateurs industriels de jeux vidéo rencontrés, ni associés d'une manière ou d'une autre à leur « performance » créative. En ce sens, les pratiques privilégiées dans le temps libre ou non contraint ne permettent pas de conclure que le travail créatif-expressif, s'il est de nature sédentaire et engage bel et bien de longues heures, soit susceptibles d'être « contrebalancé » par une intensification du loisir (Menger, 2002a).

2/ Considérés dans leur ensemble, nos travailleurs apparaissent également moins friands de loisirs de sociabilité, notamment d'activités para-professionnelles, que ce que pouvaient laisser présager les assertions courantes sur les travailleurs du multimédia (McRobbie, 2002; Ross, 2003, etc.). Le comportement moyen du groupe, en terme démographique, ne doit pas être confondu avec la représentation symbolique de l'idéal du groupe : quelques comportements minoritaires (la sociabilité urbaine-mondaine, en l'occurrence) peuvent être des pratiques minoritaires, et élitaires, qui suscitent l'admiration et le respect du groupe et

participent simultanément de son identité et de son statut. Néanmoins, plusieurs témoignages s'accordent avec celui de Nicholas, cité plus haut, pour réaffirmer la nature solitaire et casanière de l'artiste *high-tech*. Questionné sur ses pratiques hors travail, Mathieu, par exemple, tient d'emblée à préciser sans vouloir s'en dédouaner, bien au contraire: « je ne suis pas un gros sorteux! » [Mathieu, 26 ans, directeur créatif].

3/ Enfin, et c'est sur ce dernier aspect que j'insisterai pour le moment, la reconstitution sommaire des récits de pratique laisse entrevoir l'éclectisme culturel singulier d'un univers professionnel très actuel. À cet égard, deux observations d'ordre général peuvent être formulées.

Une élite devenue omnivore?

La première de ces observations soulève la question des transformations des pratiques sociales et culturelles à la fin du 20^e siècle, en supportant l'hypothèse selon laquelle le fondement de la légitimité culturelle chez les nouvelles élites socioprofessionnelles se déplace conformément au modèle de l'omnivore culturel. Cela se voit d'abord au brouillage des oppositions structurantes dont témoignent les répertoires, alors que la valorisation commune au sein du groupe professionnel d'une « culture populaire pour initiés » repose sur l'hybridation de deux modèles de goût et de légitimation — populisme et élitisme — traditionnellement perçus comme opposés (du moins, au regard des sociologues). Comme le dirait Bernard Lahire (2004), l'univers culturel joue des dissonances : parfaitement conscients des valeurs de la culture cultivée et reconduisant jusqu'à un certain point la vision légitimiste des consommations culturelles, les enquêtés n'établissent toutefois pas d'oppositions symboliques franches entre « culture » et « sous-culture », « arts majeurs » et « arts mineurs ».

Cette apparente remise en cause du mode traditionnellement dominant (ou perçu comme tel) du rapport à la culture s'avère d'autant plus en regard du caractère éclectique et cosmopolite des répertoires culturels. Florida insiste sur le fait que la diversité et l'ouverture « sont des marqueurs fondamentaux des valeurs de la classe créative » (Florida, 2002c: 79) et, sur ce point, les données recueillies vont dans ce sens. L'attrait de l'exotisme, de la différence, de l'émergent, de la non-conformité — à l'échelle locale et mondiale — dont fait collectivement état la population d'enquête peut effectivement se comprendre comme l'expression d'une adhésion large aux principes d'ouverture à la diversité et esquisse sans doute une forme d'éclectisme et de cosmopolitisme des goûts assumés en tant que choix

culturel. Se plaisant à jouer de références culturelles hétéroclites, les personnes sont nombreuses à insister en cours d'entretien sur la variété ou la diversité de leurs goûts en matière d'art et de culture et se font *a contrario* relativement muettes sur leurs aversions ou leurs dégoûts. Dans certains récits, la mise en discours du sens des pratiques s'appuie très clairement sur cette esthétique du divers, de l'ouverture, de la curiosité, de la tolérance : « *Moi, j'ai toujours aimé la diversité, encore une fois. À Montréal, je mange dans tous les types de restaurants possibles [Vincent, 33 ans, directeur créatif].*

Considérée à l'échelle du groupe, la singularité des traits communs aux répertoires amène cependant à questionner le sens et l'ampleur exacts de cet éclectisme culturel revendiqué. En effet, si les répertoires témoignent à divers degrés de l'instabilité des frontières conventionnelles de genre et du brouillage (croissant?) des oppositions structurantes (le savant et le populaire, le *mainstream* et la marge, le luxe et l'ordinaire ou encore le familier et l'exotique), ils demeurent néanmoins sélectifs et s'avèrent exclusifs à plusieurs titres. En regard des disciplines, la danse et l'opéra, par exemple, ne sont, à une exception près, jamais mentionnés parmi les items des pratiques ou de la consommation culturelle, tandis que les genres privilégiés sont très nettement orientés vers les formes commerciales, industrielles et/ou médiatiques de la production culturelle, et qui plus est dans leurs formes les plus actuelles.

Il serait malgré tout hasardeux de conclure à partir de là à une adhésion molle ou mitigée à la norme de l'éclectisme et du cosmopolitisme culturel, entendue comme l'un des traits saillants de la recomposition du goût cultivé. En effet, les pratiques et les habitudes pourraient aussi bien relever d'une forme d' « éclectisme distinct », c.-à-d. une modalité particulière du raffinement esthétique par laquelle c'est l'incursion menée vers les arts en voie de légitimation (en l'occurrence, la bande-dessinée, les musiques amplifiées, le jeu vidéo...) qui qualifie par excellence la supériorité du goût, à tout le moins au sein de l'univers culturel de référence. À l'inverse, cet éclectisme restreint qui caractérise les répertoires pourrait être plus « simplement » l'expression de connaissances limitées ou moins étendues du monde des arts et de la culture. Sans nécessairement signifier un refus de principe de l'ouverture à la diversité, les pratiques et les habitudes renverraient alors davantage aux différences des patrimoines de dispositions et de compétences culturelles des individus (Fridman et Ollivier, 2004a).

Culture, socialisation, groupes sociaux

La seconde observation qui peut être faite découle directement de ces dernières remarques, qui invitent à lier les modalités de l'éclectisme culturel singulier des répertoires des personnes au rôle des instances de socialisation culturelle. La sociologie des pratiques culturelles tend de plus en plus à approcher les comportements culturels comme la résultante d'un jeu complexe d'influences socialisatrices, qui contribuent à « construire » l'individu tout au long du cycle de vie. L'idée générale veut que les expériences socialisatrices passées et actuelles dotent chaque individu singulier de « traits dispositionnels » (propensions, inclinations, penchants, habitudes, tendances, manières d'être persistantes...) plus ou moins marqués et susceptibles d'être activés ou non selon les contextes sociaux.

Cette attention portée aux effets d'instances socialisatrices et d'influences relationnelles multiples (famille, école, amis, conjoints, relations professionnelles...) sur la genèse du rapport à l'art mène à relativiser l'impact des variables sociodémographiques traditionnelles (âge, sexe, niveau de diplôme, revenu...) et remet plus directement en cause la détermination de la culture par l'appartenance à une classe sociale (au sens marxiste), à un groupe de statut ou à un rang social (au sens wébérien), comme à la catégorie socioprofessionnelle d'appartenance (au sens sociodémographique). Les pratiques culturelles sont d'autant plus susceptibles à l'heure actuelle de transcender les clivages traditionnels qu'une série d'évolutions contemporaines (la perte de croyance en la supériorité de la haute culture, la démocratisation de la culture par le biais des mass médias, la reconnaissance des sous cultures et des cultures minoritaires) joueraient en faveur d'une reconfiguration des rapports entre l'espace des comportements culturels et l'espace des statuts sociaux (Donnat, 2003: 339 ; Coulangeon, 2004; Lahire, 2004: 260).

S'il faut donc se garder de trop grandes velléités déterministes ou réductionnistes dans l'interprétation des pratiques et des habitudes, la forte homogénéité des profils de consommation culturelle, dans le cas qui nous occupe, plaide néanmoins en faveur d'une identification entre la catégorie socioprofessionnelle d'appartenance et les comportements culturels. Au regard des fortes affinités culturelles qui lient les créateurs industriels de jeux vidéo, l'appartenance et l'identification au groupe professionnel apparaît en effet un bon prédicateur du rapport plus général à l'art (goût et mode de consommation) qu'entretiennent les personnes. L'hypothèse est d'autant plus plausible que, comme on l'a vu au chapitre précédent, l'influence socialisatrice de l'univers professionnel a pu jouer bien avant l'entrée

sur le marché du travail proprement dit. Cette influence de l'univers professionnel sur les pratiques et les habitudes en matière d'art et de culture semble toutefois moins liée à la catégorie statutaire (position socioéconomique ou prestige symbolique) qu'à la nature même de l'activité professionnelle et à la conception que s'en fait l'individu. C'est ce que la prochaine section s'attache à démontrer.

Univers culturel, univers professionnel

Pour le dire de façon très schématique, les cadres sociologiques d'analyse des rapports contemporains travail-loisir puisent à même un héritage très ancien, qui dichotomise le principal de l'activité humaine entre temps de travail et temps libre, production et loisir, nécessité et liberté. En fonction de ces oppositions fondatrices, s'opposent deux thèses symétriques : soit le travail influence directement le loisir (avec l'hypothèse du « débordement » du travail sur le loisir, de la « compensation » par le loisir ou, encore, de l'« instrumentalisation » du travail), soit, à l'inverse, c'est le loisir qui est la nouvelle source des valeurs (axées sur le plaisir, l'autonomie, l'expressivité) et, donc, influence le plus profondément les modes de vie, y compris le travail et ses représentations. Un troisième modèle, celui de la neutralité, se distingue radicalement de ces propositions en postulant l'indépendance des comportements dans le hors travail par rapport à ce qui se joue dans la sphère du travail¹⁵⁴.

Discuter ces propositions conduirait trop loin des objectifs de ce chapitre et l'intention n'est pas ici de s'inscrire dans ce débat sur l'articulation du travail et du hors travail autrement qu'en soulignant un constat empirique d'interactions bien réelles entre les deux sphères d'activité. En effet, lorsqu'il s'agit de considérer les activités de loisir axées sur les arts et la culture, il apparaît vite malaisé de départager chez nos enquêtés ce qui relève du travail (de la sphère productive ou marchande), d'une part, et du loisir ou du temps non contraint, d'autre part, c.-à-d. du temps à soi, dont on dispose librement, en dehors du temps professionnel et du temps des contraintes domestiques.

¹⁵⁴ Pour une synthèse en français des thèses en présence, voir par exemple : G. Pronovost (1998), «Loisir et travail», dans : *Traité de sociologie du travail*, sous la dir. de M. De Coster et F. Pichault, Bruxelles: De Boeck, p. 95-114.

Travail-loisir, des rapports ambigus

Si l'univers culturel semble submergé par l'univers professionnel (et vice-versa), c'est tout d'abord en regard des « goûts personnels » des individus. Chez ces producteurs de la culture vidéoludique, la consommation de jeux vidéo domine en effet largement les pratiques culturelles et de loisirs. Ce goût pour les jeux vidéo se double d'une connaissance approfondie des évolutions technologiques et esthétiques du médium, de ses différents « genres », des grands succès et des vedettes de l'industrie. Même lorsqu'on exclut la pratique vidéoludique des répertoires d'activité, la consommation demeure le plus souvent de type spécialisée et tourne autour des disciplines et des esthétiques proches de celles du jeu vidéo : le cinéma, les romans d'aventures, la bande-dessinée et le jeu sous toutes ses formes (jeux de table, jeux de rôle sur plateau et jeux de rôle grandeur nature), dont le genre — comme pour le cinéma ou en matière de (para)littérature — renverra de préférence à une esthétique du spectaculaire, puisant dans la science-fiction, la *héroic fantasy* ou, encore, les mangas japonais¹⁵⁵.

Au goût unanimement partagé pour le jeu, s'ajoute de la sorte un intérêt marqué pour les films de genres (film noir, action, aventure, fantastique, animation), en particulier ceux issus du cinéma populaire et expérimental hongkongais. Les éditions montréalaises du Festival international de films Fantasia, dont la programmation est dédiée à ce type de films, trouvent assurément chez ces cinéphiles avertis son premier public. La bande-dessinée, notamment japonaise, remporte également l'adhésion; plusieurs en faisant même collection. Un univers partagé de références culturelles, issues d'une forte culture ludique et médiatique, contribue ainsi vraisemblablement à forger les bases d'une sociabilité de groupe, mais aussi d'une sociabilité interindividuelle qui accentuent le brouillage des frontières entre la sphère privée et la sphère professionnelle : le lieu du travail devient un canal privilégié pour l'engagement de rapports interindividuels personnels poursuivis dans un cadre extraprofessionnel. Les loisirs de sociabilité (cafés, bars, etc.), mais aussi les sorties au cinéma, par exemple, se font en compagnie de collègues devenus amis : « *on se fait des midis-cinéma. On aime les*

¹⁵⁵ Il ne s'agit pas ici de faire de l'objet « jeu vidéo » une totalité unifiée, mais plutôt de souligner le fait que, globalement, l'analyse des répertoires des goûts et des pratiques montre qu'aux différents « genres » du jeu vidéo correspondent différents univers culturels de références. À cet égard, une précision mérite d'être apportée puisque, dans le domaine des jeux vidéo, la catégorisation en termes de « genres » renvoie moins à des univers esthétiques différenciés qu'à des types de jeux (*gameplay*), par exemple les jeux de course. Le principe reste cependant le même : une prédilection pour tel ou tel genre de jeux vidéo renverra communément à un goût pour tel ou tel genre du cinéma ou de la littérature (et vice-versa).

mêmes genres de films, on aime les mêmes genres de dessins animés japonais complètement violents et fous » [Hélène, 47 ans, conceptrice de jeux].

Ce phénomène de fusion/confusion entre ce qui relève de la sphère professionnelle d'une part et de la sphère personnelle d'autre part est tout aussi patent dans la relation ambiguë ou paradoxale qui existe dans ce secteur entre travail (travail-emploi) et hors travail. En effet, d'un côté les salariés ont le sentiment de manquer de temps pour eux et incombent cette situation à la charge et à l'étendue de leurs journées de travail. De leur propre avis, la part prise par le travail dans la vie quotidienne influe à la baisse sur leur vie sociale, mais aussi sur leur participation à la vie culturelle; le peu qui revient aux loisirs culturels dans le budget-temps constituant une opportunité rare de s'évader du travail¹⁵⁶.

Selon les raisons fournies par les enquêtés eux-mêmes pour justifier leur activité de loisir, deux finalités caractérisent alors la pratique culturelle : 1/ le divertissement, qui remplit tout d'abord une fonction d'évasion; 2/ la relaxation, dont le but expresse est de récupérer de la fatigue du temps contraint¹⁵⁷. Ces finalités sont rencontrées à travers deux principaux types ou modalités des pratiques, à savoir, d'une part, le cinéma ou les émissions de divertissement à la télévision et, d'autre part, la pratique artistique en amateur. Ainsi, s'ils sont férus de cinéma (en salle comme à la télévision), il n'est pas rare qu'ils s'adonnent également à une forme ou une autre de pratique artistique en amateur : écriture, musique, arts plastiques (peinture, dessin, sculpture). Comme le dit un peintre dilettante au sujet de sa pratique : « *c'est pour le loisir, c'est pour déstresser justement* » [Gustavo, 30 ans, directeur artistique].

Mais si les représentations personnelles tendent communément à faire du loisir une sphère d'activité opposée à la sphère professionnelle, à l'analyse, toutefois, ce partage entre travail et loisir n'est pas si net. En effet, les recoupements et les chevauchements entre les activités culturelles de loisir et la pratique professionnelle sont nombreux et rendent vite malaisé de

¹⁵⁶ Une seconde hypothèse, avancée par Gilles Pronovost, mériterait d'être considérée : « le sentiment de manquer de temps traduit paradoxalement une certaine densité d'occupation du temps libre (...) ce sont ceux qui participent le plus à la vie culturelle qui désirent également accroître leur participation culturelle et qui, bien évidemment, clament leur manque de temps (Pronovost, 1998: 99).

¹⁵⁷ On retrouve en fait ici une distinction classique de la sociologie du loisir, introduite par un des pionniers de la discipline, Joffre Dumazedier. Dumazedier développe dans les années 1960 une théorie fondée sur les « trois D », « fonctions majeures du loisir », que sont le Délassement, le Divertissement et le Développement : « *Le loisir se définit comme un ensemble d'occupations auxquelles l'individu peut s'adonner de son plein gré pour se reposer, se divertir, développer son information, sa participation sociale volontaire après s'être déchargé des obligations professionnelles, familiales, et sociales* ». (Dumazedier, 1962).

tracer une ligne démarquée et étanche entre les deux sphères ou champs d'activité. D'abord parce que, comme on a pu le deviner au chapitre précédent, le travail se veut chargé des attributs subjectifs auparavant ou classiquement associés au loisir (valeurs de créativité, d'expression de soi, d'autonomie, d'apprentissage, de motivation intrinsèque), mettant ainsi en cause la signification même du loisir, historiquement construite dans les sociétés modernes comme l'inverse des obligations de différentes natures, principalement des obligations du travail productif. Ensuite parce que le slogan des nouvelles idéologies managériales du « *work as play* » résonne avec une acuité particulière chez ces passionnés de création numérique, alors que l'opposition amateur / professionnel ne connaît pas dans leur cas ces frontières étanches entre les statuts qui caractérisent d'autres activités.

Amateurs professionnels et professionnels passionnés

Pour des individus tout à la fois consommateur et producteur de culture vidéoludique, l'indifférenciation entre vie professionnelle et vie privée se marque dans des situations de travail vécues comme la continuité d'une passion et, dans l'ensemble, les travailleurs distinguent peu travail et loisir¹⁵⁸. Sur les raisons qui l'on conduit à investir professionnellement le secteur industriel de la création vidéoludique, Alexandre affirme par exemple: « *ça a toujours été un hobby, finalement, de faire des jeux vidéo* ». Questionnée sur le lien entre ses activités en dehors de ses heures de travail et son travail à proprement parlé, Lison répondra pour sa part :

Le lien, c'est que moi je suis une addict du jeu [rires], donc le lien je peux le faire, c'est sûr, quand je me mets à jouer. C'est une source d'inspiration aussi, parce que des fois il y a des gameplay très complexes, mais tu te dis « ah tiens ça me fait penser à une autre mécanique de jeu qui pourrait être intéressante ». [Lison, 37 ans, directrice artistique]

De fait, la consommation domestique de jeux vidéo, à laquelle on s'adonne avec constance et par goût personnel, représente également un important outil d'actualisation des savoirs et constitue, aux dires mêmes des personnes, une des principales sources d'inspiration, de stimulation, et d'émulation, sinon la source principale. D'autant plus que l'activité apparaît bien souvent parrainée par l'employeur, manifestant parfois sans détour sa volonté d'influer sur l'usage des temps libres. Comme en font foi les deux témoignages ci-dessous, cette

¹⁵⁸ Je le mentionnais au chapitre précédent, la restitution de la diversité des modes d'investissements personnels et professionnels, en lien notamment avec la variété des contextes, montrent que cela est moins vrai pour certaines personnes à la recherche d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée. L'implication au travail et dans le travail demeure néanmoins un trait saillant de la population enquêtée.

promotion des « loisirs dirigés » est non seulement bien reçue par des travailleurs fortement impliqués professionnellement, mais le « détournement » de la pratique récréative vidéoludique à des fins productives semble une pratique reconnue comme immanente à la fonction:

So that's my job as well, as to reality check some of the designers as well and to teach them I guess. And play. I still play avidly. I play videogames a ridiculous amount of time. And of all sorts of games really. We always have a discussion every morning about what we've been playing, what we liked about that, what we would change and all that kind of stuff.

[interviewer]: With who?

[Nicholas]: With the other designers. Just to try to get them to think and try to sample new games. We have guys here who are very much into first person shooting games. We have other people who are very much into strategy games. I try to push them out of their boxes, you know, play other things, try other things, even if it's a game that's not a blockbuster and that you know that you're not going to enjoy. [**Nicholas**, 33 ans, directeur créatif]

Les propos de ce directeur créatif entrent directement en résonance avec ceux tenus par Sophie:

Je suis tellement au courant, j'ai des consoles et tout. Il y a eu des bouts dans ma vie où j'ai moins joué. Entre autre, à l'adolescence, j'ai un peu moins joué pour recommencer plus tard. [...] maintenant que je suis en congé de maternité, mes employeurs m'ont donné un X BOX, pour mon congé, pour que je me tienne à jour. C'est la console qui me manquait ! [rires] [**Sophie**, 30 ans, conceptrice de jeux]

Cette apparente « cannibalisation » du temps libre et des activités de loisirs par le temps de travail est certes révélatrice des méthodes de gestion de la main d'œuvre et de la production qui ont cours dans ce secteur : comme d'autres l'ont montré, l'exigence permanente de mise à jour des compétences dans l'industrie du multimédia, y compris dans le secteur du jeu vidéo, est bien souvent à la charge des salariés (Lallement, 2003). Au-delà, on y verra aussi à l'œuvre les séductions et les écueils d'un travail chargé des attributs du loisir et qui engage en retour, à l'image du travail de création dans les mondes plus traditionnels de l'art, des niveaux élevés d'implication et l'actualisation permanente des connaissances pour accéder aux gratifications qu'il fait miroiter (Menger, 2002a).

Il faut voir à cet égard que l'histoire relativement récente du jeu vidéo n'a pas empêché la constitution au fil du temps d'un patrimoine de création à l'origine d'un effet de stock : le passé met à la disposition du créateur en quête d'inspiration plus qu'un simple répertoire de

formes ; il contraint à un examen, à un réinvestissement, voir à une interrogation constante des possibilités du médium. Comme nous le raconte Sophie :

C'est important [de jouer pour se mettre à jour] parce que, au fur et à mesure, que les jeux vidéo se bâtissent (parce que c'est quand même une jeune industrie) il y a des nouveaux codes qui rentrent, il y a des nouvelles manières de faire les choses. Un bel exemple de ça c'est quand HALO est sorti sur le X BOX, ils ont révolutionné la manière d'utiliser les contrôles pour un « First person shooter » sur une console, et puis, une fois que ça c'est sorti, si tu fais un jeu vidéo du même type, tu ne peux pas renier les conventions qu'eux ont installées. C'est comme si chaque jeu vidéo, les meilleurs, installait des conventions desquelles il faut que tu sois au courant. Il y a aussi des erreurs qui sont corrigées, des choses qui, on se rend pas compte que c'est désagréable comme joueur, puis tout d'un coup, il y a une compagnie qui le fait mieux et on dit : « Ah oui, c'est donc plus agréable ». Alors, il faut toujours être au courant de ces choses-là. Puis évidemment aussi, au courant de ce qui s'est fait si tu veux sortir de ce qui s'est fait. [Sophie, 30 ans, conceptrice de jeux].

De fait, si les travailleurs rencontrés ne se définissent pas tous comme des joueurs inconditionnels (*hardcore gamers*) au vu du temps qu'ils consacrent à la pratique récréative vidéoludique, ils n'en présentent pas moins les traits typiques : non seulement très expérimentés, ils font preuve d'une grande culture du jeu vidéo, possèdent du matériel de haut niveau le plus souvent acquis à leur propre frais et s'impliquent énormément dans un jeu pour en dénicher ses subtilités.

Des loisirs culturels « productifs »

La différenciation du travail et du loisir apparaît non seulement problématique en regard des « usages » faits de la consommation domestique de jeux vidéo, mais de l'ensemble des expériences de loisir artistique et culturel. En effet, le rapport général à l'art — à la consommation culturelle — demeure la plupart du temps largement sous-tendu par des visées utilitaristes (recherche d'information, d'inspiration), directement commandées par l'activité professionnelle. Au point que la pratique de loisirs culturels s'apparente en définitive à l'effectuation de travail à domicile : « *Je lis beaucoup. Tout ce que je lis est relié soit à différents types de jeux vidéo ou aux affaires. Je peux presque dire que c'est du travail. Mais j'aime ça, alors...* » [Marc, 31 ans, entrepreneur]. Sans pour autant que le plaisir cède nécessairement le pas à une logique de l'utile et de la nécessité, une consommation culturelle ciblée a pour but express de nourrir une « veille informationnelle » personnelle, d'alimenter l'inspiration ou de fournir des idées pour le travail (thèmes et mécaniques de jeux).

De manière révélatrice, chaque item inclus au répertoire se voit attribuer son « utilité » : le théâtre est riche d'enseignement sur les mécaniques de jeux, le cinéma aide à comprendre comment se construit une montée en tensions, la (para)littérature fournit les thèmes et les atmosphères des jeux à produire, et ainsi de suite. Cette manière commune de procéder se révèle par excellence lorsqu'on questionne plus directement sur les sources d'inspiration pour le travail. Les extraits présentés ci-dessous en fournissent une bonne illustration :

[interviewer] : Qu'est-ce qui t'inspire quand tu fais de la création ? À quoi tu penses ?

[Vincent] : Ça dépend du contexte [...] Mais, généralement, je te dirais que les films sont bons plus pour les émotions; plus pour une chaîne de réactions, une chaîne d'événements, événementielle qu'on veut créer. Par exemple, si on veut que le joueur soit surpris, si on veut que le joueur soit triste, ou encore si on veut créer un sentiment d'insécurité ou de découverte. Les films sont excellents pour ça. Au niveau visuel, les films sont aussi excellents. Évidemment, au niveau visuel, moi, mon film préféré, c'est 2001 l'Odyssée de l'espace. Les livres sont très bons pour détailler les intentions qu'on a. [...] les livres, c'est excellent pour ça, surtout pour aller dans le détail. Pour rendre ça réaliste au niveau de l'approche. Internet, ben, c'est une espèce de base multimédia pour tout ça finalement. [**Vincent**, 33 ans, directeur créatif]

[interviewer] : Où est-ce que tu trouves tes idées en général, ton inspiration? À part les jeux, est-ce qu'il y a autre chose ?

[Sophie] : Évidemment, il y a la télé, les films, les livres, les comic books (je suis aussi une fan de comic books). Ça c'est plus pour ce qui est des thèmes. Pour ce qui est des mécaniques de jeu, il y a aussi les jeux de société beaucoup. La plupart des gens connaissent juste les grands classiques : Monopoly, jour de paye. Mais il y en a énormément de jeux de plateau qui sont très intéressants, puis qui sortent de l'ordinaire; je trouve que c'est toujours une très bonne source d'inspiration pour le jeu vidéo. [**Sophie**, 30 ans, conceptrice de jeux]

[interviewer] : When you start working on a new game, where do you get your inspirations from?

[Nicholas] : I watch a lot of movies. I watch a lot of animation, Japanese animation. I play with boardgames. This helps a lot with the mechanics of specific games and also in troubleshooting stuff. So I played a lot of boardgames, used to do a lot of role-playing games. All of those I actually enjoyed reading the rule books which is kind of quite freaky. I read a lot of comics [...] I read a lot as well, a lot of novels, lots of fantasy and science-fiction. There's a few times where I read comic or a book and thought "wow! This would make a great videogame". Consequently, a lot of good books that I've read have actually been translated into boardgames, Lord of the Rings being one of them. [...] But my biggest influence is from other videogames. This has to be the key influence. Basically, I would say other videogames, comics, movies, that kind of stuff. I find that all the mediums; they're all storytelling mediums [**Nicholas**, 33 ans, directeur créatif]

La finalité productive donnée aux loisirs culturels justifie autant l'inclusion des items au répertoire que leur exclusion. Elle conduit ainsi et par exemple à adopter des positions contrastées face à la télévision : tandis que la majorité considère l'esthétique télévisuelle comme une source potentielle d'inspiration et légitime ainsi leur consommation, d'autres se défient du médium en raison de sa trop grande parenté avec celui du jeu vidéo : « *TV and movies, they're there own medium and if you draw too much from them, then you sort of reach stagnation in the game industry* » [Laurent, 27 ans, entrepreneur]. Et quand bien même le choix de consommer ou de pratiquer telle ou telle activité culturelle de loisir ne serait pas directement « commandé » par le travail, les critères rationnels qui permettent de légitimer socialement la pratique portent au premier plan la dimension instrumentale de la relation au loisir, loin devant les satisfactions psychologiques (délassement, divertissement, développement) qu'il est possible de tirer de ce type d'activité. Questionné sur ses goûts et ses pratiques en matière d'art et de culture, la façon qu'a Alexandre de systématiquement établir des liens avec l'univers du jeu vidéo est à cet égard éloquente :

J'aime beaucoup le cinéma. J'aime beaucoup les films d'action, aussi les films d'action hongkongais, je dirais, ce qui va très bien avec le jeu d'aventure et d'action. Donc ça c'est dans les choses qui m'intéressent. Je continue à m'intéresser au jeu en général, à la culture du jeu. Je m'intéresse au théâtre, mon épouse aime bien le théâtre, aussi la lecture. Ce que j'aime bien avec le théâtre, c'est qu'il y a un côté justement interactif, imprévisible : c'est des gens qui doivent composer avec les événements, puis c'est intéressant de voir ça. Il y a quelque chose de fascinant dans la nature humaine, d'être mis à devoir composer avec les éléments. Puis dans le jeu vidéo, c'est ça qui est intéressant, je dirais, c'est d'aller chercher cette nature humaine là avec ton joueur, de le faire composer avec les événements puis de rendre ça intéressant. [Alexandre, 34 ans, entrepreneur]

De façon manifeste, un recouvrement ou une interpénétration du travail et du loisir influe sur le sens accordé aux pratiques et à la consommation culturelles, de même que sur le niveau et le mode d'engagement des personnes dans ces activités. On pourra en ce sens reconnaître chez nos travailleurs un des maîtres-mots qui, selon Richard Florida, oriente les comportements de cette dite classe créative, à laquelle il ne manque d'ailleurs pas de s'identifier: « *Because we relate to the economy through our creativity and thus identify ourselves as « creative beings », we pursue pastimes and cultural forms that express and nurture our creativity* » (Florida, 2002c: 171). Or, ces traits d'indistinction travail/loisir s'appliquent pareillement aux logiques qui organisent les formes de participation quotidienne à la vie culturelle hors les murs.

Consommation culturelle et pratiques de la ville : deux logiques types

Les pratiques et les habitudes en matière de loisirs culturels polarisent les vécus individuels et collectifs de l'espace urbain montréalais en fonction de deux grandes logiques symétriques : le repli sur une « culture d'appartement » préférentielle, d'un côté, et un effort relatif d'ouverture à la diversité de la vie urbaine et culturelle, de l'autre. Ces deux logiques sont en tension et chacune pèse sur les modalités des comportements et les attitudes face à l'offre artistique et culturelle montréalaise. En ce sens, elles sont moins en concurrence que complémentaires et, dans les faits, se combinent en des proportions variables chez chacun des individus. Dans tous les cas, la mise en cohérence des pratiques avec les caractéristiques individuelles de nos interlocuteurs révèle des comportements fortement conditionnés par l'activité professionnelle (les représentations du travail).

Le reclus cyberbranché

D'un côté ou à un extrême de l'éventail des pratiques, la consommation se veut éminemment sélective et se limite à « certains aspects seulement » de la vie artistique et culturelle montréalaise, pour reprendre les termes d'un répondant. Fortement marqué par l'implication professionnelle, l'univers culturel est non seulement très spécialisé, mais s'organise essentiellement autour de loisirs domestiques et d'un nombre réduit de sorties. Ces trois extraits d'entretien rendent bien compte de la dynamique d'ensemble qui se joue :

[interviewer] : Est-ce que tu profites beaucoup de la vie culturelle de Montréal ?

[Patrick] : Certains aspects seulement. Je ne vais pas voir tous les festivals. Je dirais comme plusieurs personnes ici : le Festival Fantasia... Je ne sais pas si tu connais? Ça c'est quelque chose qui m'attire beaucoup. Souvent ça va être des festivals un peu plus liés au cinéma ou au jeu vidéo, s'il y a des éléments... Parce que c'est mon bouillon de culture à moi. Mais, pour le reste, c'est très occasionnel. [Patrick, 32 ans, directeur artistique]

[interviewer] : Est-ce que tu as des activités culturelles ou artistiques en dehors du travail?

[Vincent] : Très peu. Euh... Très peu. Ça, c'est un problème que j'avais à Québec autant qu'à Montréal dans le fond. En fait, je ne suis pas quelqu'un qui, par moi-même, qui va nécessairement... Je n'aime pas organiser spécifiquement des trucs. Donc, je suis plus un passif là dessus. Je côtoie rarement des gens aussi qui s'intéressent beaucoup à des activités artistiques. Et pour tout ce qui est festival, je n'aime pas les foules comme je te disais. Donc, ça aussi, ça n'aide pas. Non, ça m'arrive très peu d'avoir des activités comme ça. [Vincent, 33 ans, directeur créatif]

[interviewer]: Besides your job, where are the other places that you go to in Montréal?

[Nicholas] : I go to the movies a lot. I go to a lot of restaurants. My girlfriend, her friends like eating out a lot, so I get taken along for those. Where else in Montreal I go? I go shopping downtown. I go to Metro video for my DVD's, Capitaine Québec, Valet de Coeur for all the comic books, games and role-playing games and puzzles and things like that. Tour de jeux, is another place I go to quite a lot. HMV.Archambault. All those kinds of stores I frequent quite a lot. EDgames, I'm in almost everyday. [...] I go to the library quite a bit and sit down and research things, or just sit down be quiet and read. That's pretty much it. Clothing stores, I go time to time when my girlfriend tells me I need a new wardrobe. But mostly game stores I think. I rather spend my week-end indoors playing videogames. **[Nicholas, 33 ans, directeur créatif]**

Les pratiques et les habitudes culturelles correspondent en fait assez bien à cette « culture d'appartement » provoquée par les bonds en avant des technologies communicationnelles (notamment Internet) et dans laquelle Pierre Mayol reconnaît un des piliers de la « culture jeune » (Mayol, 2000). Les activités extérieures constituent en effet la part congrue d'un répertoire axé sur la pratique de loisirs casaniers (cinéma-maison, téléviseur, console de jeux, micro-ordinateur, lecteur DVD), y compris de loisirs casaniers de type informatif (navigation sur Internet, lecture de (web) magazines spécialisés). De fait, les personnes empruntent volontiers les nouveaux canaux technologiques de transmission et de diffusion de la culture — en particulier les technologies communicationnelles d'Internet — pour satisfaire leur besoin de culture et de loisirs : on télécharge, lit ou écoute ce qui nous intéresse en surfant sur la Toile; on n'hésite pas non plus à s'y afficher soi-même, que ce soit en exposant ses créations dans des galeries virtuelles, en alimentant régulièrement un Blogue et/ou en participant à diverses « communautés de pratiques » en ligne.

Une culture d'appartement

Comme l'ont fait remarquer divers théoriciens de la globalisation, l'usage intensif de ces modes de diffusion « sans frontières » tout à la fois sédentarise les personnes et nomadise leur vie culturelle quotidienne par une ouverture virtuelle sur l'espace monde. À ceci près que, dans le cas qui nous occupe, l'espace investi semble demeurer fortement circonscrit à l'univers de la culture vidéoludique, aux esthétiques et aux disciplines proches de celles du jeu vidéo. Ce profil du reclus cyberbranché sur l'imaginaire transnational de l'univers vidéoludique se révèle de façon étonnante à travers le rapport à la musique. En effet, d'une part, la musique se consomme principalement par le biais d'enregistrements musicaux, de préférence aux concerts en salle. D'autre part, lorsqu'elle donne lieu à une pratique en amateur ou semi-professionnelle, les modalités concrètes de la pratique en font ici encore un

loisir solitaire et casanier, en dépit du caractère *a priori* plus collectif ou social de cette activité. C'est ainsi, par exemple, que Sébastien, scénariste au service d'un petit studio indépendant, diffuse sur myspace.com son « melodic power metal », dont les racines puisent à même l'univers des jeux vidéo : « *each song is based on one particular video game and is made of a combination of speed metal electric guitar and NES sounds* ». [Sébastien, 23 ans, concepteur].

On devine intuitivement l'enchevêtrement complexe et continu des différents espaces (spatiaux, technologiques, cognitifs, esthétiques, domestiques ...) qui rendent possible cette articulation entre des pratiques culturelles localisées, au sens de liées à un lieu géographique, et des réseaux globalisés, en l'occurrence le flux de communication immatériel du Web¹⁵⁹. Quelle est la part qui revient au « local » dans ces processus ? En tout état de fait, deux observations empêchent de voir dans cette culture d'appartement associée aux nouvelles technologies l'expression unique d'une culture juvénile. Premièrement, les pratiques et les habitudes culturelles de nos enquêtés semblent autant sinon plus tributaires d'un effet de génération que d'un effet d'âge. En effet, l'âge moyen des créateurs de jeux vidéo à l'enquête est de 33 ans (médiane = 32), ce qui situe notre population dans un groupe d'âge sensiblement supérieur à celui des « jeunes » (les 12-25 ans chez Pierre Mayol). Aussi, la familiarisation précoce de ces trentenaires avec les nouvelles possibilités technologiques — à travers notamment une socialisation dès le jeune âge aux jeux vidéo et à Internet — explique sans doute mieux qu'une segmentarisation en classe d'âge des affinités « naturelles » avec la culture du numérique. En ce sens, il s'agirait moins d'une « culture jeune » que de la culture d'une nouvelle génération, initiant des changements susceptibles d'être repris et renforcés par les générations subséquentes (Donnat et Lévy, 2007).

D'ailleurs, les comportements culturels de la population enquêtée font état d'une culture de jeunesse qui s'éternise par-delà les cycles de vie : si le profil du « reclus cyberbranché » n'exclut pas les plus âgés de notre échantillon, il se combine également avec le modèle traditionnel de la vie adulte (en couple et/ou avec enfant(s), possédant un emploi stable et cumulant une certaine ancienneté sur le marché du travail). Ainsi et par exemple, aux dires d'un de nos interlocuteurs (Lison), l'arrivée des enfants ne supprime pas mais, tout au

¹⁵⁹ L'évidence du problème a été vite soulignée par les enquêtés eux-mêmes. Questionnée sur ses habitudes en matière de sorties culturelles, Naomi, par exemple, s'interrogera à voix haute : « But I don't know if you want to count films? It's a cultural thing but it's not unique to the locale » [Naomi].

contraire, renforce la pratique de loisirs numériques, notamment en faveur d'un usage accru des technologies communicationnelles d'Internet.

Secondement, c'est bien sûr la connexion forte entre les pratiques culturelles et l'univers du travail qui interdit de réduire l'interprétation des pratiques et des habitudes culturelles à l'expression simple d'une culture juvénile. On l'a vu, les loisirs culturels, et *a fortiori* les loisirs numériques, répondent pour une bonne part chez nos travailleurs à des finalités productives. Jouer aux jeux vidéo, mais aussi naviguer sur la Toile à la recherche d'information et/ou d'inspiration font d'ailleurs partie des activités quotidiennes, au travail comme à la maison. Les récits de pratique recueillis confortent ainsi l'idée selon laquelle les sources d'information et d'inspiration pour des créateurs férus de nouvelles technologies sont éminemment cherchées dans des « flux déterritorialisés » de contenu et d'expression : musique, images, textes (Drake, 2003). D'autant plus que l'usage intensif des technologies communicationnelles, en particulier d'Internet, pourrait limiter mécaniquement les sorties culturelles du simple fait des contraintes budgétaires et temporelles qui s'imposent aux travailleurs. Quoi qu'il en soit, des témoignages montrent clairement que, si la culture du numérique s'installe à demeure, c'est bien en négation des lieux et des structures consacrés classiquement à la vie culturelle hors les murs (théâtres, musées, salles de concert ou d'exposition...), comme des temps et des espaces interstitiels urbains. La réponse donnée par Benjamin à une question de l'enquêteur est à cet égard éloquente:

[interviewer] : Tu as fait une association tout à l'heure entre l'avant-garde artistique et son incrustation dans le contexte urbain. Est-ce que tu crains de t'éloigner toi-même de Montréal, de te retrouver dans un ?

[Benjamin] : Pas vraiment, dans la mesure où le Net a beaucoup changé les choses à ce niveau-là. C'est-à-dire que l'information et les choses un petit peu avant-gardistes, que ce soit les concepts en musique, en philosophie ou autres, je peux les retrouver en naviguant. [Benjamin, 34 ans, concepteur d'interfaces]

C'est avec la même conviction qu'Olivier affirme :

On a tellement de sources d'informations maintenant que, même en campagne, tu peux avoir Internet. Tu peux pallier à certains problèmes de communication que tu... En fait, on vit à une époque formidable ! [rires] On le dit souvent avec un petit grincement de dents, on dit que tout va mal, mais en même temps, il y a toujours un bon côté à ça : la communication est tellement facile maintenant. [...] Maintenant, je pense qu'on peut vraiment travailler dans tous les domaines à distance ou dans n'importe quel contexte et arriver à pallier à certaines lacunes sans problème. [Olivier, 36 ans, directeur créatif]

Et lorsqu'on questionne sur l'existence néanmoins possible de « passages obligés » en ville à l'occasion de foire, de colloque ou d'autres événements, on nous répond :

Euh, ouais, tout à fait. Mais ça, c'est pareil : ça finit toujours par être accessible par Internet. Il y a la vidéoconférence... Tout ce qui est conférences, expositions, il y a moyen de trouver ça sur Internet aussi. **[Dominic, 34 ans, concepteur d'interfaces]**

Si chez ces natifs du numérique (*digital natives*), l'usage intensif des technologies communicationnelles d'Internet favorise donc l'occultation des lieux physiques de vie, la thèse du déterminisme technologique ou d'une « surdétermination technique » (approche par les outils) ne saurait toutefois suffire à elle seule à rendre compte des pratiques et des habitudes. En effet, ce qui se donne à lire à travers les récits que j'ai recueillis, c'est bien aussi le caractère fortement « a-territorial » ou « extraterritorial » de l'industrie du jeu vidéo, de ses processus productifs comme de sa production culturelle.

De l'étendue des possibles en matière éditoriale

Depuis la fin des années quatre-vingt, les industries de la culture, de l'information et de la communication connaissent dans leur ensemble d'importantes mutations, notamment inscrites dans les structurations industrielles à travers des phénomènes de concentration et de renforcement du fonctionnement oligopolistique. L'industrie du jeu vidéo n'a pas échappé à ces tendances lourdes et son modèle économique stimule aujourd'hui l'intégration verticale dans la production et le contrôle de la distribution. Or, ce modèle pèse manifestement sur les choix d'ordre « éditorial » : pour rentabiliser au mieux les investissements, réduire le risque associé à l'incertitude de la performance et assurer la pénétration maximale des marchés, l'industrie préfère miser sur des produits à « saveur universelle », potentiellement plus aptes à une distribution internationale ou continentale (Johns, 2006).

Révéléateur de ces façons de faire, les jeux vidéo sont le plus souvent commercialisés sous la seule bannière de leurs éditeurs, sans référence au lieu de production originaire (Paul, 2005: 3). Les analyses de l'économie politique ne manquent d'ailleurs pas de souligner le caractère a-territorial de ces productions d'envergure « internationale », qui éliminent de facto, à travers une homogénéisation des singularités et des différences, ce qui est spécifique ou particulier à un lieu. S'interrogeant sur le degré d'autonomie culturelle dont jouissent les développeurs canadiens de jeux vidéo, Dyer-Witthford et Sharman (2005) concluent, en reprenant les propos d'un article publié dans *Ottawa Citizen* (Marotte, 2000):

Asked if made in Canada games had any distinctive traits, Canadian developer were usually ruefully nonplussed; a spaceship in a science-fiction game might be decorated in the colours of the local hockey team; one of the dozen or so mercenary warriors in a shooter is described as French-Canadian and grunts his few lines in a Quebecois accent; one developer came up with a game involving “a Mountie and grizzly bear” but “it isn’t likely to get off the page” (Marotte, 2000 ; Dyer-Witheford et Sharman, 2005: 195).

Paul (2005) renchérit sur le même thème: « *in order to make their games appeal to the largest market, specific Canadian cultural identifiers such as word spellings and cities are typically swapped with America (or “global”) counterparts in games.* » (Paul, 2005: 3).

Sans nier l’explication par les dispositifs technologiques, les conséquences esthétiques de l’évolution des coûts de la production en jeu vidéo contribuent ainsi sans doute tout autant à déterritorialiser l’espace culturel dans lequel travaillent les créateurs industriels montréalais : pour ceux, firmes et travailleurs, qui aspirent à se tailler une place sur le marché transnational de l’industrie, les sources d’information, d’inspiration et d’émulation sont à chercher au-delà de la localité d’implantation, dans une masse de produits, d’images et de récits relevant d’une « culture-monde » (Lipovetsky et Serroy, 2008) où, cette fois du moins, se confond largement mondialisation et uniformisation. Comme en témoigne cet extrait d’entretien, l’anticipation, sous toutes ses formes, de la réception de l’ « œuvre » influence ici clairement sa conception et pousse à puiser pour sa réalisation dans un imaginaire mondialisé, c’est-à-dire structuré selon les intérêts du marché mondial:

Il faut que ton jeu plaise à toute la planète. Ça coûte tellement cher que, notre public, c’est tous ceux qui ont un ordinateur dans le monde. Donc, ça fait toujours des productions très [inaudible] : je n’ai jamais entendu parler de Montréal dans un jeu vidéo : c’est un peu plate. Parce que tu sais, justement, on en parle : Montréal crée des jeux et tout. Mais comment ça qu’on voit jamais la Petite Patrie dans un jeu ? C’est fucké pareil, tu sais.

[interviewer] : On voit-tu d’autres villes?

Des fois oui. Je pense que oui... mais souvent, l’idée ça va être...bien j’imagine que New York par exemple, ou des villes que justement tout le monde connaît, c’est justement... Puisqu’on s’adresse à tout le monde, puisqu’on veut vraiment la masse, bien on essaie de prendre des icônes que tout le monde connaît : la ville de New York, n’importe qui presque connaît ça. Ou encore on fait des cités fictives, des lieux fictifs. [Justin, 28 ans, concepteur de jeux]

La question de l’espace culturel dans lequel travaillent ces créateurs du numérique traverse ainsi vite une autre interrogation, lancinante et redoutable, au cœur de la réflexion sociologique sur les interactions des sociétés contemporaines confrontées à la

mondialisation : celle de la diffusion, par des industries médiatiques d'échelle mondiale, d'un modèle culturel dominant ou, tout au moins, d'une certaine figure normative de la culture. Un débat sur les transferts culturels et les processus d'homogénéisation qu'impose la mondialisation de la consommation culturelle peut en effet aisément trouver sa place ici : « *sur fond de la globalisation des marchés et de la Toile tissée par Internet, l'esprit des individus est-il uniquement habité par les productions, voire les produits culturels fabriqués en série par des industries culturelles dont le contrôle est l'apanage d'une poignée de dirigeants ?* » (Hamel, 2009). L'interprétation courante des incidences de la mondialisation culturelle oscille entre deux grandes hypothèses, sur lesquelles il vaut la peine de s'arrêter un instant pour ne pas trop vite conclure.

La première de ces hypothèses est celle d'une imposition de normes surplombantes (venues de l'Occident, en particulier des États-Unis) et se retrouve au motif de bon nombre d'analyses de ce qu'il est convenu aujourd'hui de dénoncer comme l'« impérialisme culturel américain ». Sous l'effet des industries culturelles états-uniennes, la mondialisation conduirait à l'uniformisation de la culture et de ses productions, au risque de réduire l'espace de créativité « mentale » des groupes et des personnes¹⁶⁰. Cette ligne de pensée est développée pour l'ensemble des médias audiovisuels, y compris le jeu vidéo. Suivant en cela une démarche initiée depuis longtemps par les historiens des jeux et des jouets, des théoriciens du jeu vidéo (Henry Jenkins, Paul Virilio, Pierre Bruno, dès le début des années 1990; Matteo Bittanti, Mary Flanagan et le Canadien Stephen Kline, entre autres, plus récemment) se livrent à une critique idéologique de leur objet, s'efforçant de mettre à jour les valeurs qui s'y expriment (à travers le scénario mais aussi le *gameplay* des jeux) et qui sont plus ou moins sciemment véhiculées par le nouveau médium: ethnocentrisme, néolibéralisme, vision de la géopolitique qui entérine la vision américaniste du monde et épouse l'idéologie du gouvernement aux États-Unis, etc.¹⁶¹.

La seconde hypothèse associe tout au contraire la mondialisation à des effets de diversification culturelle. De manière générale, l'argument veut que le jeu de l'échange économique participe au renforcement de la spécificité de l'identité culturelle locale; la

¹⁶⁰ Voir pour l'exemple l'ouvrage au titre pamphlétaire de Matthew Fraser (2004), *Les armes de distraction massive : Ou l'impérialisme culturel américain*.

¹⁶¹ La revue *Médiamorphoses* proposait récemment un dossier critique consacré à la question du jeu vidéo comme bien culturel. On y retrouve notamment un article traduit en français de Stephen Kline : « La fin de l'histoire et la tyrannie des algorithmes » (Genvo, 2008: 27-32).

mondialisation donnant en fait une formidable impulsion au développement et à l'universalisation des expressions et des pratiques culturelles les plus singulières (Harvey, 2002: 19-20). En outre, le brassage des cultures qu'elle induit serait une source d'enrichissement mutuel et d'inventivité sans cesse renouvelée, d'heureux bricolages culturels riches d'hybridations (version post-moderniste) ou encore « métissés » (modèle des *Cultural Studies*)¹⁶². Cette hypothèse teinte nombre de travaux portant sur l'économie culturelle des villes.

Il est en fait probable que la réalité des consistances sociales et artistiques des productions émergentes se situe dans cet entre-deux d'une vision idéaliste du « dialogue des cultures » et d'une critique sans détour de l'américanisation culturelle et sociale du monde : des complexités (sociopolitiques, socioéconomiques, socioculturelles) sont garantes de processus beaucoup moins univoques. En jeu vidéo, si l'hégémonie des éditeurs tend à formater la production au risque de l'idéologie (au sens d'imposer comme réel, vrai ou au moins comme général et normal quelques recettes seulement, spéciales et spécieuses), mes propres données de terrain montrent toutefois bien la volonté des créateurs industriels (et de certains développeurs) de maintenir une certaine pluralité dans leur approche. En fait, plusieurs récits de pratique qui m'ont été livrés expriment un sentiment de « contestation » face à des produits modelés par et pour le marché et chargés idéologiquement. À cet égard, la volonté d'être « libre créativement » prend des formes concrètes, s'incarne et s'objective dans des projets bien réels, dont l'objectif avoué peut être de sortir les cultures populaires « locales » d'une totalité indifférenciée, en exprimant et en affirmant la singularité et les différences qui les portent (j'illustrerai plus loin ce point par un exemple).

L'aventurier citadin

Le profil du reclus cyberbranché sur l'imaginaire transnational de l'univers vidéoludique trouve son opposé et son complément dans la figure de l' « aventurier citadin ». Je rappelle que ces deux profils ne constituent pas à proprement parler des « types idéaux » marqués dans leur exclusive mutuelle, mais définissent plutôt aux extrêmes les termes d'un

¹⁶² Sur ce thème et pour des études empiriques, voir notamment les actes en ligne du séminaire de recherche Cultures en ville. L' « entre » des cultures (2008), en particulier la contribution de Gilles Suzanne (2007), « De l'entre des cultures en Méditerranée comme imaginaire mondialisé ». Les ouvrages de l'économiste américain Tyler Cowen (notamment, *In Praise of Commercial Culture* (1998) et *Creative Destruction: How Globalization is Changing the World's Cultures* (2000) constituent les références dominantes pour les tenants d'une approche libertarienne de la culture et la vision optimiste d'une culture qui se développe de concert avec l'économie de marché.

continuum sur lequel se situent chacune des personnes. Aux comportements du premier, sélectifs et focalisés jusqu'à l'exclusive sur les domaines et les esthétiques proches du jeu vidéo, « répond » ainsi en symétrie l'éclectisme relatif du répertoire du second. Cette disposition à l'éclectisme (en termes de disciplines comme de genres) apparaît en partie liée avec la nature même de l'activité professionnelle, mais plus encore avec une certaine conception du métier, par laquelle l'éclectisme en matière de consommation culturelle se trouve socialement valorisé dans l'univers professionnel.

En effet, à l'image de ce qui s'observe dans les mondes plus traditionnels de l'art, la compétence du créateur industriel vidéoludique est fondée sur des qualités incorporées. Les qualités premières d'un « bon » concepteur de jeux se reconnaissent avant tout à sa capacité à développer et exprimer des idées nouvelles (être « imaginaire », être « créatif »), mais aussi à des aptitudes telles la sensibilité esthétique et la curiosité culturelle, régulièrement invoquées comme qualités nécessaires pour bien faire le métier. Aussi, un thème récurrent des récits de pratique tient à cette idée, véritable leitmotiv chez plusieurs, d'être investi par le métier d'un « devoir de culture ». Comme l'affirment d'une même voix Francis, Marc et Jean, parmi d'autres :

Il faut que tu aies une culture générale très forte, il ne faut pas juste que tu sois un gamer sinon, tu vas faire des choses que les autres jeux font. [...] Moi, j'ai beaucoup de références en cinéma, en théâtre, des trucs comme ça. Je lis beaucoup, je check tout ce qui est en dehors de ça. Ce qui fait que c'est le fun d'amener des trucs sur « Ah! J'ai vu ça dans tel film », « Ah ouais, ça pourrait être intéressant! ». C'est vraiment un goût pour toute la culture générale. **[Francis, 30 ans, directeur artistique]**

Même pour un jeu... peut-être plus mature, un jeu de guerre ou ainsi de suite, on se rencontre que ça prend quand même une certaine culture générale. **[Marc, 31 ans, entrepreneur]**

Faire des jeux sur le web, ça prend une culture générale de ce que c'est le média de divertissement assez large. Je crois que ça prend vraiment la compréhension de son client et des besoins et puis une culture générale de ce que c'est le divertissement. Ça c'est clair.... C'est un peu ce que Tarantino est au cinéma; c'est pas forcément quelqu'un qui a une imagination extraordinaire, mais c'est quelqu'un qui a amassé tellement de connaissances, qu'il navigu à l'intérieur de ça. Donc, moi j'essaye de faire ça un petit peu aussi. Je ne me compare pas... mais c'est un peu ça l'idée. **[Jean, 32 ans, entrepreneur]**

Ce devoir de culture se traduit par une relative curiosité pour les choses de l'art et de la culture qui incite à élargir l'éventail des activités pratiquées, sans pour autant nécessairement influencer sur le degré d'ouverture du goût : ce qui importe, c'est de nourrir sa « culture générale », que l'on aime ou non ce qui est consommé. Il est aisé là encore de

reconnaître dans les lieux communs des discours, sinon de la pratique, le credo de cette nouvelle « classe créative », telle que dépeinte par Richard Florida : « *the new lifestyle is not mainly about “fun”. Rather it complements the way members of the creative class work and is a fundamental part of the way they go about their lives* » (Florida, 2002c: 169). C'est ainsi que l'on fait de l'accumulation d'expériences un élément essentiel de son style ou de son mode de vie (« *One of my things in my life is if I haven't tried it or experienced it, then it's one more reason for me to go out and try it* » – **Nicholas**) et que l'on soutient, à la suite d'Hélène: « *même quand ça ne te plait pas, ça peut être inspirant* » [**Hélène**, 47 ans, conceptrice de jeux].

Lorsque les récits filent le thème, le lien à la « ville » est immédiat et apparaît souvent de manière spontanée:

Moi, je continue de penser que c'est très important d'avoir un esprit de culture générale. C'est assez important pour être un bon game designer. Puis le meilleur endroit pour avoir ça, c'est d'être en ville. Tu dois avoir, je ne sais pas, six ou sept pièces de théâtre qui jouent en même temps, tu vas avoir des films, tu vas avoir toutes sortes d'événements qui vont arriver, plus que dans un village ou un rang. Dans le sens que c'est vraiment important pour un game designer d'être en ville. [**Sébastien**, 23 ans, concepteur]

Ou encore Francis :

J'aimerais ça que la ville m'apporte encore tous mes stimuli artistiques. [...] Si je ne suis pas au courant des derniers films qui sont sortis, des dernières affaires cool de Fantasia, toutes ces affaires-là, comment je vais faire, moi, pour amener mon équipe plus loin? [**Francis**, 30 ans, directeur artistique]

Le discours est invariablement le même et se résume à une équation simple entre l'accessibilité à une offre culturelle riche et diversifiée et la stimulation de la créativité individuelle. Dans les récits recueillis, Montréal est ainsi communément célébrée pour la richesse de son offre artistique et culturelle. Comme le dit Vincent :

Quand tu es à Montréal, tu as accès à des cinémas intéressants, tu as accès à du théâtre, à du spectacle, tu as accès à des événements. Il y a le cinéma qui me plaît aussi énormément, l'architecture est intéressante. Tu sais, quand tu es une personne créative, tu aimes pas mal tout ça, tu aimes retrouver tous ces éléments-là. Et on les a ici à Montréal. [**Vincent**, 33 ans, directeur créatif]

À l'exception d'une personne qui préfère travailler loin du brouhaha urbain (« *La seule chose que ça m'inspire Montréal, c'est de retourner chez moi* », dira **Louis-Martin**), aucun enquêté n'associe négativement une localisation urbaine et l'activité créatrice proprement dite. Les

plus réfractaires à l'idée voient *a minima* dans la vie urbaine et culturelle montréalaise une source diffuse, indirecte, de stimulus aptes à nourrir l'imagination créative. Or, c'est bien de cette manière, moins directe ou plus diffuse, que la vitalité et l'effervescence culturelle unanimement reconnues à Montréal influeraient positivement sur le processus créatif individuel.

En effet, à l'analyse des préférences et des comportements culturels de la population enquêtée, les contours de la mobilité dans l'espace des pratiques culturelles et de sociabilité réduit le territoire arpenté à une conception plutôt hétérodoxe de ce qu'est cette « culture générale » à laquelle chacun aspire. D'une part, faute de temps ou d'intérêt, la fréquentation des institutions artistiques et autres équipements culturels présents sur le territoire apparaît dans l'ensemble assez faible, à l'exception notable des salles de cinéma. D'autre part, si la « ressource culturelle locale » est susceptible de constituer un intrant dans la production, à tout le moins d'influer positivement sur le processus créatif individuel des travailleurs, c'est peut-être bien plus parce que ces derniers sont de friands consommateurs d'ambiances urbaines. Sur le mode de la flânerie et de la déambulation urbaine, se dessine en effet une utilisation de l'espace à des fins productives qui, si elle n'épuise pas le sens des pratiques (j'y reviens au prochain chapitre), mérite assurément qu'on s'y attarde ici.

Des marcheurs urbains

S'ils sont peu familiers des équipements culturels locaux, la plupart des enquêtés se disent en revanche habitués des grands festivals populaires montréalais, qu'ils fréquentent le plus souvent pour leur volet extérieur gratuit : le Festival Juste pour Rire, le Festival de Jazz de Montréal, le Festival des lanternes chinoises du Jardin botanique, le Grand Prix du Canada (une épreuve de Formule 1), etc. Ces grands festivals urbains sont l'occasion de pratiques déambulatoires à travers le brouhaha de la ville, qui ne se limitent pas à ces seules destinations. Avec autant de plaisir, les promeneurs arpentent les rues et les galeries commerçantes où se déroulent des événements populaires de nature plus commerciale (marchés à ciel ouvert, braderies commerciales). D'autres, parfois les mêmes, flânent de jour comme de soir le long des grandes artères « chics » du centre-ville (la rue Saint-Denis, le boulevard Saint-Laurent, la rue Mont-Royal), qui restent animées même après la fermeture des boutiques. On en verra aussi traîner le pas dans les rues et les ruelles du voisinage immédiat du lieu de résidence. Questionnée sur ce qui est indissociable de la vie en ville, une *game designer* à l'emploi d'un grand studio de jeux vidéo montréalais mentionne ainsi sans grande surprise les cinémas et les festivals, puis enchaîne :

Moi, je suis une grande fan des ventes de trottoir : St Laurent, Mont-Royal, les deux. Ce sont les plus belles ventes de trottoir. Elle est belle la vente de trottoir sur St-Laurent ! C'est un plaisir que de marcher dans la rue, ça la rend agréable. Les ruelles de Montréal aussi sont spéciales. J'ai toujours trouvé qu'il y a une beauté dans les ruelles. C'est comme si... les enfants en banlieue jouent dans leur cour arrière, les enfants à Montréal jouent dans les ruelles. Ça devient un terrain de jeu universel. Tu ne sais pas trop à qui ça appartient. Puis les enfants se retrouvent là, tous ensemble, mais de maisons différentes. Je trouve qu'il y a une belle ambiance dans les ruelles de Montréal. [Sophie, 30 ans, conceptrice de jeux]

Sur ce thème du vagabondage urbain, les récits se font étonnamment bavards. À l'ère du « tout à l'auto » et de la colonisation de la rue par l'automobile, on pourrait croire que la marche en ville relève de l'improbable et porte peu à conséquence : la rue — dans son acception la plus large — devient un pur espace de circulation. Contre toute attente, le thème de la marche en ville est toutefois ressorti avec force des récits de pratique recueillis. Bon nombre d'enquêtés se font l'avocat de solutions alternatives à l'automobile, privilégient eux-mêmes pour leur déplacement un mode de locomotion pédestre et font, de fait, état de pratiques piétonnières coutumières, voire journalières, qui ne relèvent certes pas toujours des logiques strictes de l'utile et de la nécessité. Dans tous les cas, le paysage visible et perçu influence manifestement les itinéraires pédestres. J'ai ainsi eu droit à des descriptions d'expériences de « consommation » urbaine riches et fines, pour peu que les enquêtés y soient invités. S'il faut en juger à la qualité de ces descriptions, les promeneurs ont les sens en éveil, accordent temps et attention aux dimensions sensibles et intersubjectives de l'environnement. En réponse à une question de l'enquêteur sur le temps du trajet à parcourir entre le lieu de travail et le lieu de résidence, Olivier, par exemple, en dira plus qu'attendu :

Je suis à peu près à 15 minutes de marche du métro. Après, je prends le métro puis, je suis à cinq minutes de [nom de l'entreprise]. Donc ça fait 15 minutes en tout. Mais ça, c'est important, d'ailleurs, le petit côté « marche ». Ça fait partie de mon rituel. Je regarde autour de moi. Je regarde les nouveautés. Tu vois, surtout dans le tronçon de chez moi jusqu'au métro, il y a toujours de petites boutiques qui changent. Il y a toujours de nouveaux étalages, toujours des trucs différents. Toujours aussi le chaos parce qu'il y a tellement de gens qui veulent se rendre au travail à peu près en même temps. Mais j'aime... Je me ré-imbibe de la ville. Par contre, ce que j'aimerais, c'est de pouvoir faire un chemin différent à chaque matin. Le seul problème, c'est que, comme je ne suis pas particulièrement un lève-tôt [rires], je suis la ligne la plus droite qui mène au travail ! [rires] Mais le soir, je me reprends un petit peu plus. Je fais le tour du quartier un petit peu plus. Je regarde ce qui est nouveau. [Olivier, 36 ans, directeur créatif]

Sur les traces du flâneur-artiste

Cette expérience située, plurisensorielle et contextualisée des espaces et l'aptitude de disponibilité sensorielle qu'elle présuppose semble en partie autorisée, sinon commandée, par l'adhésion à une conception du travail de création artistique transplantée pour sa valeur de modèle dans l'univers professionnel. Une croyance forte et assumée apparaît en effet dicter les conduites : « *En tant qu'artiste, tu t'inspires de tout* » [Lison], « *Je pense qu'un animateur, il s'inspire de tout* » [Stéphane] ; « *Je m'inspire de tout ce qu'il y a autour de moi* » [Thomas]. La règle est énoncée à l'aide de formules diverses allant des plus générales aux plus explicites, mais est maintes fois donnée :

L'inspiration c'est facile, c'est de rester ouvert, d'avoir toujours les yeux ouverts, de toujours être prêt... de ne pas être fermé à rien, de ne pas dire non à rien. [...] si tu es ouvert, habituellement, ça se fait tout seul. Tu te laisses imprégner de ce qui se passe autour de toi, que tu aimes ça ou pas, et puis il va en sortir quelque chose d'autre. [Hélène, 47 ans, conceptrice de jeux]

Interprétée au pied de la lettre, l'injonction contraint à *vivre* la ville. La pratique de la ville s'associe ainsi clairement dans bon nombre de récits recueillis à la figure baudelairienne du flâneur-artiste qui, mêlant esthétique et quotidien, s'immerge dans la foule et puise son inspiration dans l'observation de la vie des métropoles. À l'instar de ce « peintre de la vie moderne » (Baudelaire, 1990 [1863]), on se met en devoir de détecter, de repérer et de tirer parti des opportunités imprévues qu'offre l'environnement urbain et les lieux de vie quotidienne. Si cette disponibilité à la surprise et à l'appréciation des climats peut trouver à son origine une recherche de plaisir (et passe donc par le ressenti, le corps), les situations et les activités n'en sont pas moins rationalisées. C'est, par exemple, ce que laisse clairement entendre la réponse donnée par Nicholas à cette question de l'enquêteur :

[interviewer]: Is it important for you as creative designer to go outside of your office or outside of your home?

[Nicholas] : Yes it is. [...] For me personally, it's important to get around. I think that the best tools you have as a designer is a digital camera so you can go out and take shoots of how this is how I want this built on my game, the texture on this wall is really dirt so perhaps you can put it in the game somewhere. You're just taking ideas: it's like a virtual notebook more than anything else. So I think it's important to go out and work out what kind of things the city and the country has to offer you. Once you've done that, you bring this experience to whatever you do. So I think it's very important. However, an entire week-end on the couch is also an acceptable option [rires]. That's what I did last week-end... [Nicholas, 33 ans, directeur créatif]

Francis dira de la même façon:

Je pars une heure, puis je vais prendre des photos dehors pour m'inspirer. Dans mes projets personnels, je fais plein de photos pour après les reprendre. Ce qui fait que, tu sais, dans ma ville, autour de moi... c'est quelque chose dont on s'inspire, c'est sûr. Pour les matériaux, pour les textures, le ciel, les environnements, tout ça. Ça donne des idées. [**Francis**, 30 ans, directeur artistique]

L'exercice donnerait ainsi lieu à un travail dialectique de découverte et de reconnaissance qui apparaît se jouer pour beaucoup à la « coïncidence » plus ou moins grande entre les aspects du réel et sa représentation, d'une part, et l'univers virtuel (fictionnel) auquel on cherche à donner forme, d'autre part. Approchée à partir de l'exercice concret du travail de création, la relation à l'espace urbain, si elle est la combinaison d'une réalité et d'un regard, est aussi fonction en amont d'une série de contingences relatives à la perception qu'à la personne de ce que doit être son apport à la création collective : certains enquêtés insistent pour souligner la variabilité des situations selon le type de jeu à produire, mais aussi selon les spécialités concernées. Comme nous le raconte Vincent :

C'est certain que ça dépend pour quoi, mais c'est certain que si je fais un jeu de Tétris, c'est peut-être moins inspirant, mais pour un jeu comme Splinter Cell, ça peut souvent nous donner de l'inspiration. En termes de game design, c'est peut-être moins important que ce ne l'est pour ceux en level design. Clairement, en level design, quand tu bâtis des environnements que le joueur va explorer, c'est beaucoup plus intéressant pour ça à mon avis. [**Vincent**, 33 ans, directeur créatif]

Bien que la finalité soit la même — maximiser l'expérience de consommation urbaine pour stimuler l'imaginaire — la ville prend donc des visages divers et supporte des pratiques d'appropriation variées selon le regard subjectif qui est porté sur elle. La valorisation positive de l'espace urbain passe alors notamment par son appréciation au travers d'attributs culturels ou artistiques, que ceux-ci soient factuels (ex. : le patrimoine matériel) ou qu'ils relèvent de qualités plus relatives (l'ambiance ou l'animation urbaine, les éléments d'ordre symbolique, de réputation, de tradition qui marquent les lieux). C'est ainsi que la singularité culturelle du lieu de vie et de travail apparaît, à l'échelle de la ville comme à l'échelle des espaces quotidiens de la vie montréalaise, sous une double dimension spectaculaire et vernaculaire, à la fois comme valeur d'ambiance et ressource (ou marché) d'opportunités culturelles.

Sans prétendre à l'exhaustivité ni à la complétude, la prochaine section vise à clarifier, par la mise en évidence d'un certain nombre de dimensions émergentes plus ou moins reliées entre elles, ces logiques subjectives d'identification et de mobilisation de la « ressource culturelle locale », qui déborde de beaucoup le registre cloisonné de l' « Art ».

La créativité incubée par la ville

Des territoires d'inspiration

Un premier type d' « actif » qui se dégage des récits de pratique a pour élément constitutif les interventions plastiques et artistiques dans l'espace de la ville et, plus largement, les stimuli esthétiques générés par la densité culturelle polymorphe et foisonnante de l'environnement urbain. Le panorama moderniste de la grande ville nord-américaine, avec la verticalité de ses gratte-ciels mais aussi l'assortiment commercial de sa culture de masse, séduit et retient l'attention : l'art de la rue, c'est manifestement un art, aussi, de la quantité et, pour certains, le paysage commercial urbain, hétéroclite et en perpétuelle recombinaison s'avère à cet égard particulièrement attractif.

De fait, l'hyper-centre de la ville, soit ce périmètre où sont présentes les activités les plus prestigieuses de l'agglomération, où la densité du bâti mais aussi des flux piétonniers est la plus forte, constitue un territoire par excellence de déambulations urbaines, conduites sur le mode du lèche-vitrine. Comme nous le raconte Lison:

Tu es toujours stimulé d'un côté ou de l'autre. À ce niveau-là, je pense que la ville a un impact. La publicité que l'on voit visuellement, ça, c'est sûr que c'est toujours inspirant. Tu vois les tendances et c'est renouvelé constamment. Certaines galeries d'art... Il y en a une sur Ste-Catherine... j'ai oublié le nom... [rires].

[interviewer] : Tu ne passes que pour regarder la vitrine ?

[Lison] : C'est ça. Ne serait-ce que même que de... tu t'inspires de tout. Ça peut être même au niveau des boutiques de vêtements, pour les couleurs. Quand tu te promènes sur St-Laurent, le design à l'intérieur des restaurants. Tout est source d'inspirations. [Lison, 37 ans, directrice artistique]

D'un autre côté et sur un autre registre, c'est également dans les franges et les « rues marges » (Demeuldre, 1997) de Montréal que le promeneur traîne le pas, guettant les expressions esthétiques populaires (« *si je vois un nouveau graffiti, c'est sur que je vais m'arrêter* ») ou plus proprement vernaculaires du milieu local :

D'un point de vue artistique, ça peut être paradoxal, mais si tu regardes certaines structures qui sont assez vieilles, c'est peut-être l'une des plus grandes richesses qu'il y a à Montréal, c'est que ce n'est pas froid et vite fait. Les vieux bâtiments avec des moulures assez extravagantes, même des vieux bâtiments tout court qui sont assez entretenus pour ne pas s'écrouler, mais qui ont un look assez, justement, d'une apparence d'histoire, d'un passé, un vécu. Ça peut être assez intéressant au niveau de l'inspiration. Ça crée un contraste avec les parties plus récentes, développées plus

récemment qui sont souvent plus pratiques, moins raffinées, moins... Je trouve ça beau. Même les vieilles usines de farine, ça a un certain charme, c'est assez joli. [Patrick, 32 ans, directeur artistique]

Ainsi, les graffiti, les tags et autres inscriptions clandestines, les affiches et panneaux publicitaires, les collections de designers exposées en vitrines des grands magasins, mais aussi l'architecture traditionnelle et plus moderne du cadre bâti avec ses esthétiques vernaculaire, industrielle ou « postindustrielle » sont mentionnées comme autant de sources potentielles d'inspiration.

Ces sources d'inspiration que l'on dit puiser dans l'environnement urbain préviennent toutefois vite contre la tentation de réduire la ville à un espace visuel et, donc, l'expérience de la ville à son expérience visuelle. À l'instar de ces romanciers qui trouvent dans les mythes et les récits d'une ville un générateur de fiction, l'expérience paysagère se fait pluri-sensorielle, intriquant imaginaire personnel et collectif. Une illustration probante en est donnée par ce *game designer* qui rêve à voix haute de créer un univers vidéoludique à l'image d'une section du boulevard St-Laurent, associée à la scène socioculturelle, politique et artistique des mouvements underground montréalais :

J'ai un jeu dans ma tête actuellement, qui est inspiré directement de la rue Saint-Laurent et qui s'appelle MTL. J'aimerais bien le faire un jour. Il y a le Indie Rock, c'est un peu underground, un peu avec l'univers montréalais, avec la musique montréalaise et tout ça. Peut-être que ça sera un jeu de fin de semaine : « Hé les gars, j'ai cet univers-là, ça vous tentes-tu qu'on fasse ça la fin de semaine en gang ? [Thomas, 31 ans, directeur créatif].

D'autres travailleurs expriment également ce souhait de puiser dans l'identité culturelle locale, de s'approprier Montréal, son histoire, son patrimoine. Si l'idée revient plus d'une fois, elle s'exprime toujours sous la forme d'un projet à part, personnel, et/ou envisageable dans un avenir conditionnel. On pourra malgré tout y voir une forme de résistance à l'uniformisation culturelle générée par les logiques capitalistes d'une économie mondialisée, à tout le moins l'envie de jouer sur d'autres ficelles créatives que les dogmes esthétiques imposés par les monopoles globalitaires de la « grosse » industrie. Il s'agirait alors moins de questionner l'aspect velléitaire des ambitions affichées, que les conditions réelles de possibilité d'une industrie (d'une économie) parallèle, autorisant les prises de risques artistiques...

Des motifs, des scènes ... et des systèmes

L'iconographie occidentale moderne dépeint depuis longtemps la vie urbaine et culturelle comme une source inépuisable d'inspiration pour les artistes-peintres; le phénomène est manifeste dans d'autres domaines de la création (littérature, cinéma, design publicitaire...) et c'est donc sans trop de surprises qu'il s'observe également chez les créateurs industriels de jeux vidéo rencontrés. Un trait commun aux expériences individuelles de ces travailleurs semble toutefois plus clairement redevable à la spécificité du médium vidéoludique. En effet, comme d'autres l'ont montré, les enjeux de l'innovation formelle dans le secteur du jeu vidéo touchent aussi bien l'esthétisme des graphismes et du rendu (audio) visuel, que la construction scénaristique ou les formes narratives qui confèrent au jeu sa « jouabilité » (*gameplay*). Le souci de mettre en jeu – littéralement – des formes toujours plus complexes et « immersive » d'interactivité conduit l'industrie à simuler un éventail de modèles physiques ou mécaniques (simulations d'automobile, d'avion, de train, etc.), mais également des systèmes plus complexes, comme une économie, une écologie ou un urbanisme (Samper, 2003).

Cette préoccupation est manifestement portée par les travailleurs rencontrés, alors que plusieurs d'entre eux font état en entretien d'une réelle fascination pour les systèmes divers et variés que recèle la ville. Lorsqu'on lui demande d'où il tire son inspiration, Sean, par exemple, répond :

Hmm, lots of difference places. I mean, like I say, I'm really just starting to, not started to realize it but starting to learn about what it means to paint with system, right? So I try to look at systems, you know? I look at traffic flow while I'm walking home from work. I look at how often my neighbour waters the plant, and how much they grow. It's weird stuff, but there are systems everywhere and it's impossible not to see them. All of these little things make me think and there is so much of it out there that I have such an empty tool box that it's easy to just see something and put it in there, and kind of forget about it. Sometimes it comes out later. But also as a writer and story guy, I always try and get inspiration from character; I try to look for stories and meaning behind stuff. I mean, a part of the trick with systems is they are not inherently dramatic and people need drama to frame their experiences, right. Anyway it's a hard question to answer. [Sean, 32 ans, directeur créatif]

Des échangeurs autoroutiers au système d'arrosage bricolé par le voisin jardinier, l'intérêt se porte ainsi tout aussi « naturellement » sur les systèmes vivants présents dans l'écosystème urbain. La ville devient une vitrine privilégiée d'observation de la nature humaine, offrant un poste idéal d'observation des interactions sociales. Comme nous le raconte Justin:

Sinon, c'est ça que je te disais : c'est vraiment des interactions qu'on peut voir. T'sais quelqu'un qui regarde une autre personne, comment l'autre va réagir, elle se sent-tu regardée? Elle baisse les yeux... Toi, dans ton jeu, tu fais ton personnage : il va regarder quelqu'un en face, puis l'autre personne, elle va réagir un peu comme moi, en tant que créateur, j'ai vu une personne réagir dans le métro. Par exemple : si je la regardais ou si je lisais par-dessus son épaule. C'est des choses qu'on peut observer ça, en ville, qu'on ne peut pas observer ailleurs, puis qui sont importantes. [Justin, 28 ans, concepteur de jeux]

Ou encore Alexandre :

Ce que j'adore le plus dans Montréal, même si j'ai une voiture je préfère la laisser à ma femme, j'adore prendre le métro à Montréal! Je trouve qu'on a un des plus beaux métros au monde puis c'est très intéressant de prendre le métro, t'as le temps de voir les gens, ça permet de voir l'activité urbaine, ça permet d'avoir des idées, les gens sont très intéressants à Montréal! [rires] [Alexandre, 34 ans, entrepreneur]

Un climat magique. Diversité, convivialité et créativité

C'est toutefois bien par référence au désir de goûter une énergie toute particulière, qui émanerait d'un « milieu créatif » ambiant, que se révèle au mieux chez nos travailleurs le rapport subjectif à la vie artistique et culturelle montréalaise. Comme l'exprime très clairement Sophie, Montréal se veut à cet égard le lieu d'une expérience sensitive et affective forte :

Moi, je suis une amoureuse de Montréal! Montréal est une ville ouverte sur le monde, puis ouverte sur les idées en général. Ce n'est pas une ville où tu as l'impression que si tu fais quelque chose hors de l'ordinaire, tu vas être mis dans un coin. Il y a à Montréal une énergie créative en général, qu'elle soit dans l'aménagement urbain lui-même, dans les festivals où est-ce que tu as beaucoup d'artistes qui sont là. Tous les festivals ont une base artistique : que ce soit le festival de l'humour, le Festival de jazz ou n'importe quel autre, que ça soit artistique en musique, ou artistique en couleurs, et d'organisation spatiale. [...] On est dans un milieu qui est créatif. [Sophie, 30 ans, conceptrice de jeux]

D'autres récits de pratique comportent des références très explicites à cette « énergie créative » dont serait chargé l'air de Montréal et qui se capitaliserait en soi, comme incitatif ou stimulation à la création (et non nécessairement comme source directe d'inspiration). À demi-mot, on défend l'existence d'une relation entre le fait de travailler en « ville » et la capacité à produire des idées et des esthétiques nouvelles. Et si d'aucuns s'interrogent à voix haute sur l'exacte direction de la causalité (*C'est la poule ou l'œuf : est-ce que je serais moins branchée dans la culture underground si j'étais en banlieue plutôt qu'à Montréal ?* » - **Sophie**), d'autres empruntent plus franchement la voie du déterminisme environnemental pour expliquer l'esprit créatif qui les anime ou les qualités innovantes du studio qui les emploie :

Ici, on est dans le Mile End : c'est très branché, c'est très cool. Ce qui fait que je pense que ça pourrait se ressentir dans un jeu. Dans les idées nouvelles, dans la modernité. Souvent, à Montréal, on se fait dire : « Hein, le studio de Montréal est super créatif. Même avec un jeu de guerre, ils font de quoi de créatif ! ». Tu sens que Montréal est une ville créative, artistique, culturelle ; on le sent dans les jeux. Il y a plein de studios dans le monde, pourquoi Montréal est ressorti ? Parce que le studio de Montréal est le seul qui est vraiment ressorti comme étant un studio créateur, innovateur avec des équipes créatives incroyables. Et qui fait aussi du beau stock. C'est aussi le côté créatif. Puis ça, je pense que ça fait partie de la culture de Montréal : tu sais, vraiment, le milieu culturel, le monde est...c'est ouvert. Puis on est dans le Mile End, on n'est pas dans le quartier industriel... on est influencé par notre environnement, c'est certain. **[Francis, 30 ans, directeur artistique]**

[...] ce qui va avec Montréal, c'est la mentalité des gens ici et comment c'est libéral dans l'esprit, dans les valeurs, la tolérance et le côté chaleureux et sans prétention des gens. Bien cela, c'est sûr que c'est un atout pour la compagnie. Je pense que les employés d'ici ont un petit quelque chose qui va donner de la saveur et une identité à nos jeux que tu n'auras pas juste dans une ville drabe américaine qui ressemble à l'autre ville drabe américaine. Je pense que ça va pimenter, ça va vraiment pimenter... **[Alain, 32 ans, directeur créatif]**

L'appréciation de ce climat magique, incubateur d'innovation, brouille les distinctions spatiales et temporelles. D'une part, l'image de Montréal comme ville créative contient des représentations sur différentes échelles spatiales, du quartier à la position de la ville dans un contexte de concurrence interurbaine internationale. D'autre part, les marqueurs de la qualité « magique » de l'espace productif se profilent tant sur le temps long que sur le temps court, et au travers une saisie au vol aussi bien que par une saisie panoramique de l'environnement urbain. À l'intérieur d'un même récit, ils renverront ainsi tout aussi bien au spectacle des rues et des attractions urbaines (festives, sportives ou artistiques), à la « branchitude » d'un ancien quartier industriel réinvesti par une certaine bohème artistique (ce « Mile-End », cité ci-haut) ou, encore, au dynamisme entrepreneurial de l'industrie créative locale : « *les bonnes idées, à Montréal, ce n'est pas dur d'en trouver parce que les gens sont très très créatifs, je pense, dans tous les secteurs confondus* » **[Marc, 31 ans, entrepreneur]**. À travers ces « lieux » des récits individuels et collectifs, se dessine ainsi un espace topologique qui ne se réduit assurément pas à de simples données géographiques.

Les dimensions objectives de l'offre artistique et culturelle montréalaise fournissent les assises matérielles qui configurent l'expérience subjective vécue : les institutions et actions artistiques variées qui marquent les lieux sont évoquées comme autant d'objets-témoins de l'énergie créatrice qui anime Montréal. De façon générale, l'espace des représentations accorde cependant moins de poids symbolique aux équipements lourds des grandes

institutions artistiques et culturelles qu'aux multiples « scènes » des cultures alternatives, marginales ou marginalisées.

De manière révélatrice, les noms des grandes institutions artistiques de Montréal (le complexe de la Place des Arts, le Théâtre du Nouveau Monde, le Monument National, le Musée des beaux-arts de Montréal, le Musée d'art contemporain...) n'apparaissent jamais dans les récits livrés. On ne fera jamais référence, non plus, à une œuvre d'« art public » (sculpture, installation, etc.)¹⁶³. Par contre, des établissements plus modestes, souvent privés, à l'image de tels bars et cafés sis sur les rues Saint-Laurent et Sainte-Catherine où se produit la scène musicale alternative montréalaise, sont explicitement nommés : le Club social italien, la Salla Rossa, le Café Esperanza, le GoGo Lounge, les Fougones électriques. Un cinéma d'art et d'essai (Cinéma Beaubien), une compagnie de théâtre itinérante (Festival Shakespeare in the Park), des manifestations culturelles éphémères dédiées aux jeux vidéo, au cinéma ou plus largement à la création numérique (Festival Arcadia, Festival Fantasia, Festival Élektra) font également partie des « lieux » expressément cités.

Mais les incontournables qui définissent l'identité créative de Montréal sont autant, sinon plus, des espaces et des temps de rencontre et de mixité : les grands festivals populaires urbains, les rues cosmopolites des quartiers de l'immigration ou encore le Parc du Mont-Royal et sa faune bigarrée. La qualification positive de ces espaces (des relations sociales qui y prennent place) est redevable au fait qu'ils soient perçus/vécus comme exprimant une énergie créatrice, mais aussi des formes de convivialité, c.-à-d. des valeurs ou un mode de vie fondés sur l'ouverture à l'autre, aux différences, aux idées nouvelles.

Ces deux thèmes — créativité et convivialité — sont centraux et intimement liés dans les récits recueillis, dès lors qu'il est question de différenciation qualitative des espaces. L'association des idées est spontanée et souvent immédiate (cela se vérifie dans chacun des extraits cités plus haut). De fait, l'urbanité de la ville (entendue comme structuration collective de la sociabilité urbaine fondée sur la mixité et la densité) est mise au cœur des processus créatifs et la diversité culturelle, en tant qu'élément déterminant dans la façon de penser son lieu de vie et de travail, est plébiscitée sous toutes ses formes. La richesse et la

¹⁶³ Aux abords de la Cité du multimédia, le Silophone du Vieux-Port de Montréal, une installation artistique qui propose la transformation du silo-élévateur no5 en instrument de musique, est d'ailleurs inconnu d'un travailleur du quartier qui, pourtant, déjeune sur les espaces verts avoisinants.

diversité culturelle de Montréal sont ainsi vite célébrées à l'enseigne de la multiculturalité, le terme en lui-même, sinon l'idée politique, ponctuant de manière récurrente les descriptions de la vie culturelle montréalaise. Lorsqu'on lui demande si la ville peut être une source d'inspiration, ce dirigeant d'entreprise à l'œuvre depuis plus de dix ans dans l'industrie répond sans hésiter :

Clairement. Moi comme je te le dis, je ne me considère pas artiste, mais je sais que les artistes avec qui je travaille, ils puisent là-dedans. C'est sûr. Peut-être pas dans la ville comme telle. Mais le côté un peu bouillonnant et multiculturel de Montréal, c'est sûr que ça a une influence. Ce n'est pas pour rien que Montréal a la réputation qu'elle a comme ville créative et artistique. Ça, c'est sûr. [**Jean**, 32 ans, entrepreneur]

Questionnées sur le lien entre « l'offre de culture à Montréal » et leurs sources d'inspiration, les réponses données par Hélène et Patrick sont tout aussi exemplaires de ces narrations produites sur un grand tout multiculturel montréalais :

Montréal, je trouve que c'est vraiment une ville quand même pas mal géniale, tu sais. Le côté multiculturel, c'est très inspirant, je trouve. Tu changes de quartier, ça change complètement. T'as l'impression de vivre quasiment dans plusieurs pays en même temps. Ça le dit : multiculture, ça ouvre la culture au monde entier et s'il y a quelque chose de plus inspirant que ça, je ne sais pas c'est quoi. Pour moi, c'est le plus gros attrait de Montréal. [...] je trouve que le multiculturalisme, juste le fait qu'il y ait des feux d'artifices gratuits ici, juste au coin de la rue...Moi je trouve ça... Je n'y vais pas tout le temps, mais le fait que c'est là et qu'il y a plein de gens qui se rassemblent là et que pendant une soirée de temps les gens se parlent même s'ils ne se connaissent pas. Je trouve cela le fun, je trouve ça cool. Je trouve que ça reflète une société qui est pas mal relax quand même comparativement à ailleurs. [**Hélène**, 47 ans, conceptrice de jeux]

Oui, la vie culturelle, en fait. Et les endroits où c'est le plus bougeant. Sur le Mont-Royal, il y a beaucoup de gens qui se réunissent. Il y a des mouvements sociaux qui sont intéressants à voir, qui sont positifs, qui semblent, quant à moi, assez inclusifs aussi, un autre point très positif. Quand tu te sens quand même bien à l'aise, peu importe ton appartenance sociale, c'est excellent, c'est très excellent. Puis ça, oui, je pense que, au niveau culturel, ça peut être inspirant de voir cette espèce de possibilité là de rencontrer des gens d'autres opinions, d'autres cultures, d'autres origines et de pouvoir échanger avec eux et que ce ne soit pas trop difficile, que ce soit convivial. Oui, c'est sûr que c'est enrichissant pour l'inspiration. [**Patrick**, 32 ans, directeur artistique]

Des modalités concrètes des échanges

Ce milieu créatif auquel font allusion nos interlocuteurs est communément caractérisé dans les récits par une ouverture à l'autre, aux différences, aux idées nouvelles. La représentation de la ville mixte va ainsi de pair avec une autre : celle de la ville du dialogue et de la rencontre. L'attention très nette accordée au processus d'interactions sociales et culturelles dans les espaces-temps de la sociabilité urbaine (c.f. l'identification récurrente des lieux de

sociabilité à haute intensité d'interactions) tendrait *a priori* à conforter l'hypothèse voulant que ces travailleurs se tournent effectivement vers l'extérieur pour convertir la différence en une stimulation créative. Les données empiriques dont je dispose ne permettent toutefois pas d'éclairer les dynamiques de sociabilités locales, au-delà du constat d'une sensibilité au multicultural urbain fortement affirmée dans l'espace du discours. Une évaluation plus objective ou « contre-intuitive » de la sociabilité urbaine, du degré réel d'ouverture à l'« autre » et à ses différences, exigerait d'abord de savoir de quelle diversité culturelle il est question au juste lorsqu'on célèbre à souhait cette multiculturalité montréalaise : est-ce la composition multiethnique, multiraciale, multiconfessionnelle de Montréal ? Au carrefour des différences, rencontre-t-on des diversités « ethniques », mais aussi sociales, médiatiques et axiologiques ? Et qu'en est-il exactement du rôle du pluralisme ethno-artistique dans la création d'un environnement favorable à la créativité ?

À cet égard, l'analyse des représentations qu'ont les acteurs de leurs pratiques de sociabilité ne suffit certes pas à cerner les logiques et les configurations relationnelles à l'œuvre et oblige à la prudence dans l'interprétation des résultats. Il est néanmoins permis de douter que les « échanges culturels » dont pourraient tirer profit les créateurs industriels du jeu vidéo à Montréal se réalisent autrement que sur le mode de la contemplation passive du spectacle de la sociabilité urbaine et de l'esthétisme de façade d'une certaine culture « hors les murs ». En effet, on l'a vu, les sorties et les pratiques culturelles apparaissent s'organiser largement autour de l'univers esthétique du jeu vidéo, engager une sociabilité personnelle fondée pour bonne part sur les relations nouées au travail et, partant, impliquer une hétérogénéité toute relative des acteurs créatifs locaux. Questionnés sur la double extension géographique et sociale des réseaux sociaux de production artistique et de créativité dans lesquels ils s'insèrent, les réponses données par Alain et Sean sont d'ailleurs à cet égard éloquentes :

[interviewer] : Est-ce que tu as des amis, par exemple, qui sont dans l'univers artistique à Montréal ? Est-ce que tu es en contact avec d'autres milieux culturels ?

[Alain] : Pas vraiment... À moment donné, j'ai tendance à trop... J'ai tendance à trop plonger dans le travail et cela affecte le temps que j'ai à mettre sur autre chose. Parce que ce que je fais comme métier, ce n'est pas directement du travail : il n'y a pas énormément de séparation entre ma vie privée et mon travail. C'est toute une grosse extension. La place où je vais travailler, c'est la place où je vais passer mes journées. Ce qui fait que, si tu ne fais pas attention avec cela, ça finit par devenir tout ton monde et tu ne fréquentes que les gens à l'intérieur de la compagnie. [Alain, 32 ans, directeur créatif]

[interviewer]: Do your friends work in the business too?

[Sean] : Yeah. In all honesty, since I have moved here from Vancouver, because there is so much work to do, I never really made any friends besides here. [...] Well, I used to have a friend who used to be living here, when I first moved here, who was from... who had lived in Vancouver at the same time as me, and was a writer, you know, he was doing some contract work for the newspapers like the Mirror [un hebdomadaire culturel gratuit] and stuff like that. And so I know that I played poker with him, and hung out a few times. I did not know him super well, but I met through him a whole bunch of people who are some of the Anglophone writers community in Montreal, or the young Anglophones writers community in Montreal. But I never continued to hang out with them for whatever reason. I just got too busy with work. [Sean, 32 ans, directeur créatif]

Contrairement à ce que suggère Richard Florida et nombre de ses émules, il va de l'évidence que la seule proximité géographique ne peut suffire à garantir des interactions entre acteurs hétérogènes et, partant, favoriser la diffusion et la recombinaison d'idées nouvelles et de connaissances. Le rôle de la proximité géographique dans ces processus est d'ailleurs depuis un temps déjà fortement nuancé, d'autres formes de proximité (cognitive, organisationnelle, sociale, institutionnelle) s'avérant complémentaires sinon nécessaires en tant que support de coordination (pour un essai de synthèse : Boschma, 2005; voir aussi: Rallet et Torre, 2007). Par ailleurs, si on peut suivre Florida lorsqu'il affirme « *just people-watching is arguably a valid form of cultural exchange* » (Florida, 2002c: 186), les extraits cités plus haut montrent bien que de longues heures de travail et des horaires improbables limitent sans doute de façon purement mécanique les possibilités d'interactions sociales et culturelles fondées sur une sociabilité spontanée ou informelle prenant place dans l'espace public. Lorsque des travailleurs passent leur vie soit chez eux soit au travail le mode de vie urbain n'est certes pas une caractéristique unilatéralement attribuable à tous les citadins, aussi « créatifs » soient-ils (Power et Lundmark, 2004).

S'agissant de rendre compte des éléments définisseurs du paysage culturel montréalais tel que perçu/vécu par les travailleurs rencontrés, un dernier constat de récurrences empiriques mérite d'être relevé. D'autant plus qu'est ici directement mis en cause ce qui, objectivement, constitue l'originalité première de la vie artistique et culturelle montréalaise, à savoir son « caractère français » en Amérique du Nord.

L'excentricité montréalaise

Si nos travailleurs exposent des représentations de la vie culturelle montréalaises sensiblement identiques, cela vaut également pour ce qui est de l'importance toute relative accordée à la présence d'une majorité ethnique de langue française dans la définition de la

singularité de Montréal. Non sans surprise, l'appartenance linguistique des personnes ne semble pas à cet égard influencer sur la manière d'« habiter » l'espace montréalais : la position occupée au sein de l'un ou l'autre des deux groupes linguistiques officiels au Canada ne donne pas lieu dans l'espace des récits à une représentation double du paysage artistique et culturel de Montréal, qui opposerait la vision des francophones et celle des anglophones (ou des non-francophones).

Aux yeux de nos travailleurs, l'insertion culturelle de la société canadienne-française dans le milieu urbain montréalais marque sans nul doute le paysage de la ville (par ses symboles, ses codes, ses « savoir-faire » et « savoir-être »). Mais c'est bien plutôt le « mélange de toutes les cultures qui est intéressant » [Jean]; ce « mixte des cultures », pour citer un second interlocuteur, témoignant d'une société ouverte sur le monde, et qui a néanmoins su résister à l'homogénéisation culturelle planétaire. En la matière, le bilinguisme affiché de Montréal suffirait d'ailleurs à asseoir l'identité cosmopolite et hétérogène de Montréal. C'est du moins ce que laisse entendre Sean, questionné sur les avantages et les désavantages de vivre à Montréal:

Hmm, there're lots of advantages of living in Montreal for sure. I mean, like I said, I appreciate the culture; I appreciate the multiculturalism, if you want. I like the fact that there are Portugueses and Italians just up the street and the Jewish community over here. And I really like that. It's really nice. It's a very multicultural and multiethnic city. [...] I just don't like the way the rest of North America has started to become that, and Montreal is, for whatever reason, not becoming that as quickly.

[interviewer]: Do you think it's because it's isolated?

[Sean]: I don't what to say isolated, that sounds negative, more like *protected* from it, for some reason. I don't know. I really like that. It keeps culture from becoming homogenized. Like, basically, if you were to teleport me to either San Antonio, Vancouver or Toronto, on some random corner where I have never been, I would probably not be able to tell you which city I was in. It's not the case in Montreal. You can just look around and know you're in Montreal. That's cool.

[interviewer]: Do you find that in other places in North America or Europe?

[Sean] : Yeah, I have been to Europe but I mean, I think you'd be able to tell what country you'd be in pretty quickly because you'd see what language everything is written in. But again here, this is the only place where you look around and you see French and English everywhere. It's totally like that. It's great. [Sean, 32 ans, directeur créatif]

Dans les récits recueillis, la dimension d'excentricité ou d'originalité linguistique de Montréal (du Québec français) est en fait la plupart du temps envisagée sous l'angle des gains très

concrets que procure le multilinguisme sur le plan de l'emploi et du développement économique dans un contexte d'internationalisation des marchés. Trois avantages « concurrentiels » sont plus souvent mentionnés : 1/ l'élargissement possible du bassin de recrutement à l'ensemble de l'Europe et des Amériques; 2/ l'intégration facilitée des recrues étrangères dans l'entreprise et la société d'accueil; 3/ la disponibilité de ressources locales bilingues (français/anglais) pour effectuer sur place les activités de tests linguistiques.

Sur ces questions, les Canadiens français d'origine se distinguent toutefois de leurs confrères anglo-saxons, dans la mesure où ils tendent collectivement à faire valoir une compétence « biculturelle » qui leur permet de « *comprendre et s'adapter à toutes les cultures* » [Thomas, 31 ans, directeur créatif]. Ce savoir particulier, issu d'une culture hybride dont ils se veulent les premiers dépositaires, est fortement valorisé dans la rhétorique professionnelle, mais également organisationnelle. Les propos tenus à la presse spécialisée par le président et directeur général du studio d'Ubisoft Montréal, Yannis Mallat, résument en peu de mots les arguments sur lesquels se fonde la croyance commune (et communiquée), qui fait beau jeu de ressasser les clichés populaires sur une prétendue supériorité culturelle de l'Europe et une non moins présumée intelligence entrepreneuriale des États-Unis :

In Québec, though people are North American people, there is a certain amount of European culture, so it's always about creativity. The people are talented creators, but they also know what a blockbuster is. This happy combination of creativity and innovation into something that's always relevant to the market makes people here well suited for working at Ubisoft. (cité dans: Kumar, 2006).

Recueillant auprès d'industriels locaux le même type de propos, Richard Florida soulignait à son tour l'importance à Montréal de ces « convergences culturelles entre l'Europe et les États-Unis » pour saisir la pleine mesure du potentiel créatif de la ville (Stolarick, Florida et Musante, 2005). Sans doute, Montréal se distingue par une idiosyncrasie culturelle résultante de près de quatre siècles d'histoire euroaméricaine (Linteau, 1992). Il y a cependant lieu de s'interroger sur la forme de compétence culturelle réellement recherchée par l'entreprise-employeur qui s'y installe. Un second extrait tiré de l'entrevue donnée par le PDG d'Ubisoft Montréal laisse en effet planer le doute :

It's very convenient for us to be able to talk the same language with creators in France, and at the same time the people in Québec are close to the North American market [...] They watch the same programs, they have the same entertainment, so they know what works. (cité dans : Kumar, 2006).

S'agit-il toujours de biculturalisme, c.-à-d. d'une capacité à être simultanément compétent dans deux cultures, lorsque la langue n'est ni plus ni moins réduite à un simple outil de communication et que sont essentiellement valorisées chez les personnes l'acquisition et l'intériorisation des valeurs fondamentales de la culture étatsunienne, voire l'adhésion à la vision du monde qui lui correspond ?

Conclusion

Les récurrences empiriques mises au jour par la recherche mettent en évidence un haut degré d'homogénéité dans les pratiques et les préférences culturelles des créateurs industriels de jeux vidéo, tant au niveau des comportements que des critères normatifs affichés. Les répertoires se parent d'un certain discours d'ouverture/tolérance, laissant à penser une adhésion large à la norme de l'éclectisme et du cosmopolitisme culturels, entendue comme l'un des traits saillants de la recomposition du goût cultivé. Les pratiques effectives, les formes d'art, les goûts et les dégouts avoués conduisent cependant à questionner le sens et l'ampleur exacts de cet éclectisme culturel revendiqué.

Les répertoires s'avèrent en effet principalement axés sur des formes commerciales, industrielles et/ou médiatiques d'une production culturelle marginale et/ou marginalisée, du moins dans l'aire géographique culturelle des répondants. Ils font état règle générale d'une sensibilité faiblement marquée à l'univers de la culture dite « cultivée » et aux grandes œuvres de l'histoire de l'art. Les enquêtés fréquentent peu ou pas les institutions officielles de la culture à Montréal, y compris les lieux plus marginaux de la création numérique dite artistique. Les pratiques apparaissent le plus souvent de type spécialisée, tourner autour des disciplines et des esthétiques proches de celles du jeu vidéo, et engager une sociabilité personnelle largement fondée sur les relations nouées au travail.

Ce phénomène de fusion/confusion entre ce qui relève de la sphère professionnelle, d'une part, et de la sphère personnelle, d'autre part, est tout aussi patent dans la relation ambiguë ou paradoxale qui existe entre travail (travail-emploi) et hors travail. En accord avec le portrait d'une « classe créative » dépeint par Richard Florida, le temps libre se présente comme un temps « actif », irréductible au repos compensatoire, et qui, centré sur l'acquisition de savoirs et de compétences directement mobilisables dans la sphère professionnelle, se structure en continuité cumulative du temps de travail. Révélateur à cet égard, le « détournement » de la pratique récréative vidéoludique à des fins productives est

une pratique reconnue comme immanente à la fonction et la promotion des « loisirs dirigés » s'avère aussi bien le fait de l'employeur que de l'employé.

De manière conséquente, ce recouvrement ou cette interpénétration du travail et du loisir conditionne des formes de comportements culturels qui ne sont pas sans incidence sur les comportements et les attitudes face à l'offre artistique et culturelle montréalaise. Pareillement marquées par des traits d'indistinction travail/loisir, deux logiques symétriques organisent les formes de participation quotidienne à la vie culturelle hors les murs : le repli sur une « culture d'appartement » préférentielle, d'un côté, et un effort relatif d'ouverture à la diversité de la vie urbaine et culturelle, de l'autre. Ces logiques sont en tension : elles renvoient à des comportements typés, qui peuvent se retrouver en des variantes différentes chez un même individu ; l'essence des réalités empiriques se situant le plus souvent dans l' « entre-deux ».

À l'une des extrémités du continuum, la figure du « reclus cyberbranché » pointe l'importance du facteur générationnel pour saisir l'espace d'inspiration et de création dans lequel ces natifs du numérique travaillent et évoluent. Mais elle pointe tout autant le caractère a-territorial ou extraterritorial de l'industrie du jeu vidéo et de ses usages : une industrie qui préfère miser sur des produits à « saveur universelle », potentiellement plus aptes à une distribution internationale ou continentale. En tout état de cause, les sources d'information, d'inspiration et d'émulation sont largement cherchées au-delà de la localité d'implantation, dans une masse de produits, d'images et de récits relevant de la culture-monde des réseaux numériques et des entreprises multinationales. L'inscription internationale des créateurs industriels de la culture vidéoludique est, à tout point, remarquable, y compris en ce qui à trait à la consommation de « loisirs culturels ».

À l'autre extrémité du spectre des comportements culturels, la figure de l' « aventurier citadin » garde cependant de conclure à la déterritorialisation des pratiques, qui seraient déliées de tout ancrage et de toute contingence spatiale. L'adhésion commune à une certaine conception du travail de création dispose à la « consommation paysagère » et enjoint à pratiquer la ville. Parce qu'elle concentre en son sein une offre artistique et culturelle à la fois diversifiée et spécialisée, la « ville » — en l'occurrence Montréal — est perçue comme un lieu par excellence pour s'ouvrir à de nouveaux horizons culturels et/ou être au fait des plus récentes évolutions d'intérêts pour son domaine.

L'appréciation de l'offre culturelle territoriale est cependant fonction de paramètres qui relèvent davantage de la culture quotidienne et de l'animation urbaine (créativité et convivialité sont intimement liées), que de la présence d'institutions culturelles « officielles »

ou haut de gamme. Il s'agirait en fait moins de « consommer » des services et des produits spécifiques, qu'un décor urbain et une ambiance singulière, nourris de la présence sensible de l'art et du multiculturalisme dans la ville. La notion abstraite d'« ambiance créative » s'avère un élément essentiel de la préférence urbaine; cette valeur d'ambiance pouvant supplanter la valeur d'usage dans l'appréciation des lieux attractifs.

En somme, il est possible de dire que les concepteurs industriels de jeux vidéo à Montréal sont, en raison des exigences de créativité et d'innovation propres à leur activité professionnelle, eux-mêmes sensibles au profil culturel de la localité où ils exercent leur activité. L'imbrication des échelles spatiales et l'hétérogénéité toute relative des territoires des pratiques culturelles et de sociabilité arpentés par ces travailleurs forcent toutefois à nuancer fortement l'importance attribuée aux « effets de lieu », lorsque définis comme une sorte de bain culturel de voisinage aux propriétés vivifiantes pour le créateur.

CHAPITRE VI : ATTRACTIVITÉ CULTURELLE ET MOBILITÉ RÉSIDENIELLE

Les deux chapitres précédents ont traité du rôle potentiellement positif joué par l'offre culturelle territoriale dans la mise en forme de nouveaux territoires productifs urbains, en envisageant le problème à partir de la sphère productive marchande. Ce chapitre clôt l'analyse du matériau empirique en se plaçant sur un autre registre, à savoir celui des lieux de l'attractivité résidentielle. Il s'agit de poursuivre l'investigation de la manière dont les acteurs individuels de l'industrie technocréative du jeu vidéo à Montréal investissent la centralité culturelle urbaine, en recentrant l'analyse sur un aspect spécifique des nouveaux discours sur la ville créative et la réalité de la culture en ville, celui de l'identification entre un groupe social (la « classe créative ») et un lieu (la « ville »), choisi pour sa valeur utilitaire et symbolique. Une question prosaïque et pourtant fondamentale a jusqu'ici été laissée en suspens : nos travailleurs habitent-ils en ville ou se suffisent-ils d'y « consommer » (ne serait-ce que des ambiances) et d'y travailler ?

À partir de l'hypothèse voulant que les espaces centraux des villes culturelles à l'atmosphère bohème et métissée soient les territoires emblématiques des professionnels dits créatifs, une double interrogation guidera la réflexion: 1/ est-ce que le rapport au lieu de résidence qu'entretiennent les créateurs industriels du jeu vidéo à Montréal est un élément important pour les définir individuellement et collectivement ? 2/ Les valeurs et les préférences fortement affirmées dans l'espace du discours (la multiculturalité, l'accès à l'art et à la culture, la densité et la diversité de la vie urbaine et culturelle) sont-elles cohérentes avec la situation et la composition des espaces d'habitat recherchés? En somme, le paysage artistique et culturel de Montréal, et plus particulièrement celui de ses parties centrales, est-il un vecteur d'identité pour ces « créatifs » de la nouvelle économie et constitue-t-il une des composantes essentielles de leur cadre et milieu de vie ?

Précisions méthodologiques

Pour compléter et objectiver les données qualitatives recueillies verbalement lors des entretiens, la démarche repose sur un couplage données censitaires / données d'enquête de terrain. Dans un premier temps, l'examen de données statistiques tirées du Recensement de la population canadienne de 2001 permettra de situer nos travailleurs en fonction d'un

certain nombre de questionnements spatiaux : comment se distribuent ces personnes dans l'espace résidentiel métropolitain montréalais ? Est-ce que leur schéma de localisation est similaire à ceux d'autres catégories socioprofessionnelles? Observe-t-on une dissociation des lieux de travail et des lieux de résidence ou, au contraire, une superposition de ces espaces ?

Afin d'obtenir une description plus détaillée du schéma spatial de localisation résidentielle de la population à l'étude, une reconstruction des regroupements opérés par le Système de Classification nationale des professions usité par Statistique Canada (CNP 2001) a été effectuée. L'effectif des professions retenues renvoie à une sélection assez inhabituelle de 40 codes de professions (ou « groupes de base », selon la terminologie de Statistique Canada), qui permet de décrire et confronter la répartition spatiale d'un plus vaste ensemble de travailleurs actifs dans les professions dits « des arts, de la culture et des médias ». Ces travailleurs exercent une activité professionnelle touchant de près ou de loin au monde de la culture, sans pour autant être des artistes proprement dits, au sens des lois sur le statut de l'artiste prévalant au Québec et au Canada. Suivant la définition qu'en donne Richard Florida, ils peuvent être considérés comme faisant partie du noyau dur (*Super-Creative core*) de la « classe créative ». Pour alléger le texte, ces travailleurs seront appelés ci-après « travailleurs du secteur culturel créatif ».

La plupart des sous-catégories de professions considérées se retrouvent dans les grands groupes 51 et 52 (Arts, Culture, Sport et Loisirs) du système de Classification nationale des professions. Toutefois, des professions incluses à ces grands groupes ne relèvent pas de la définition ici mise de l'avant des professions du secteur culturel créatif. Plus exactement, ont été exclus les quatre groupes de base associés au domaine 525 (Athlètes, entraîneurs/entraîneuses, arbitres et personnel assimilé des sports et des loisirs), ainsi que le groupe 5245 (Patronniers/patronnières de produits textiles, d'articles en cuir et en fourrure). Par ailleurs, un certain nombre de professions prises en considération relèvent d'autres grands groupes, relatifs notamment aux domaines et aux professions du design industriel et de l'informatique (la liste complète des 40 groupes de base retenus est donnée à l'annexe VII). Les données ont été forgées en considérant la population active expérimentée¹⁶⁴ résidant sur le territoire de la RMR de Montréal.

¹⁶⁴ Telle que définie par Statistique Canada, la population active expérimentée « comprend toutes les personnes âgées de 15 ans et plus, à l'exclusion des pensionnaires d'un établissement institutionnel, qui étaient

Aux fins de la démonstration, deux sous-classes de profession au sein de cet ensemble reconstitué retiendront plus particulièrement l'attention. La première inclut 12 groupes de base et renvoie aux occupations artistiques couvertes par les lois sur le statut de l'artiste¹⁶⁵. La seconde sous-classe est désignée ici comme étant celle des « professions de l'industrie du multimédia ». Cette sous-classe est fondée à partir de la réunion de trois groupes de bases qui, sans pour autant permettre d'isoler uniquement la situation des créateurs industriels de jeux vidéo « au lieu de résidence », permet d'isoler les comportements résidentiels d'un groupe-type très proche de ces derniers. Les trois groupes de base considérés sont : Programmeurs/programmeuses et développeurs/développeuses en médias interactifs (2174) ; Concepteurs/conceptrices et développeurs/développeuses Web (2175); Designers graphiques et illustrateurs/illustratrices (5241)¹⁶⁶.

Suivant une démarche géographique hypothético-déductive, la description et la comparaison des répartitions spatiales de ces deux sous-groupes de profession, entre elles et par rapport à l'ensemble de la population active résidente, visent à vérifier deux hypothèses fortes promues par les thèses de Richard Florida : 1/ celle, d'une part, de comportements résidentiels relativement homogènes chez les professionnels du secteur culturel créatif ; 2/ celle, d'autre part, d'une similitude de comportements fondée sur la recherche d'éléments de centralité et d'urbanité, notamment une densité associée à une diversité de l'offre artistique et culturelle. On comprend qu'il s'agit dans ce dernier de cas d'approcher, comme le fait

occupées ou en chômage pendant la semaine (du dimanche au samedi) ayant précédé le jour du recensement, et avaient travaillé pour la dernière fois contre rémunération ou à leur compte en 2000 ou en 2001 ».

¹⁶⁵ Peintres, sculpteurs et autres artistes des arts plastiques (5136); Auteurs, rédacteurs, écrivains (5121); Producteurs, réalisateurs, chorégraphes et assimilés (5131); Chefs d'orchestre, compositeurs, arrangeurs (5132); Musiciens et chanteurs (5133); Danseurs (5134); Acteurs et comédiens (5135); Annonceurs et animateurs de la radio et télévision (5231); Autres artistes du spectacle (5232); Ensembliers de théâtre, concepteurs d'expositions et autres concepteurs artistiques (5243); Cadres de films et vidéos (5222); Artisans (5244).

¹⁶⁶ Ces trois groupes ont été retenus après l'examen de la description détaillée officielle de chacun des groupes de base susceptibles de regrouper l'un ou l'autre des cinq grands « profils artistiques » impliqués dès les premiers stades des activités de conception en jeux vidéo (c.f. chapitre méthodologique). Selon Industries Canada, ces trois groupes de base concernent de nouvelles professions reliées de manière particulière aux technologies de l'information et des communications (TIC). Le croisement du système de Classification nationale des professions (CNP) et du Système de classification industrielle (SCIAN) a permis de certifier que les effectifs considérés se retrouvent majoritairement dans le secteur des « Technologies de l'information et des communications », « Conception de systèmes informatiques et services connexes » (SCIAN 54151).

Florida, l'activité artistique des villes au travers la population qui déclare exercer une profession artistique dans les recensements de la population.

Si les statistiques sont indispensables pour rendre compte des caractéristiques globales de la répartition des populations dans l'espace urbain, elles sont bien entendues muettes quant aux logiques et aux stratégies qui gouvernent les « choix » — toujours sous contraintes — de localisation des personnes. Partant de l'hypothèse selon laquelle les représentations que les personnes se font de la ville et de ses composantes influencent leurs comportements et leurs attitudes à son égard, une deuxième phase de l'analyse fera appel à une approche compréhensive des choix résidentiels, se voulant davantage sensible au sens que les individus donnent à leurs propres comportements, à leurs pratiques et à leurs représentations de la ville et de l'urbain en général. Pour ce faire, les ressorts des patrons de localisation seront appréhendés essentiellement à travers la mise à jour de formes locales d'articulation entre contextes urbains et « rapports résidentiels » (Authier, 2002)¹⁶⁷. À cet effet, les histoires résidentielles de chacun des 29 participants à l'enquête ont été reconstituées à partir d'éléments de récits de vie. Le fil conducteur a consisté à dégager des similitudes, des divergences voire des contradictions quant à leurs rapports subjectif et affectif à la ville et à la façon de la percevoir comme espace de résidence.

L'usage du concept de ségrégation urbaine, suivant la définition qu'en donne le sociologue Yves Grafmeyer (Grafmeyer et de Singly, 2005), servira de manière générale l'analyse. La ségrégation (du latin « séparer du troupeau », puis « mettre à part, isoler, éloigner ») est largement synonyme dans l'usage courant de discrimination ethnique ou raciale et, partant, se voit emprunt d'une connotation négative. Grafmeyer invite à dépasser cette acceptation première du mot pour lui assigner un contenu plus extensif. Dans un effort de synthèse méthodologique, le sociologue distingue trois manières d'apprécier la ségrégation spatiale et ses impacts sur l'espace urbain:

- Une première, plus courante en géographie, renvoie à la distribution des groupes sociaux dans l'espace résidentiel, c.-à-d. à la localisation des personnes et des groupes de

¹⁶⁷ « La notion de rapport résidentiel renvoie aux formes d'appropriation et aux types de représentation du logement, mais aussi de l'immeuble, du quartier, de la ville, que les individus composant un ménage produisent à un moment donné de leur itinéraire. Ces rapports sont des constructions sociales déterminées par les autres types de rapports sociaux des individus et par la configuration de leurs contextes d'habitat actuels. Ils sont également le produit de la succession des rapports résidentiels des individus et des ménages aux lieux antérieurement habités et aussi de leurs projets résidentiels ».

personnes les uns par rapport aux autres, sur le plan plus strictement statistique et de l'organisation spatiale. Les indices de la ségrégation résidentielle sont construits à partir des variables démographiques ou socio-économiques traditionnelles et posent classiquement l'hypothèse d'une traduction spatiale des inégalités produites par la différenciation sociale : différenciation économique, ethnique, sociolinguistique, en termes d'âge, de sexe...

- Une seconde approche privilégie une entrée par l'accès différentiel aux aménités urbaines et commande une attention plus particulière aux perceptions et aux représentations qu'ont des groupes sociaux vis-à-vis de l'espace urbain et des autres catégories sociales. La signification sociale de la ségrégation est alors discutée à travers la perception et les images des unités urbaines (quartiers, zones d'habitat...), et les idées souvent préconçues sur les différents groupes sociaux, susceptibles d'alimenter des différences trouvant leur transcription sur l'espace urbain. Les processus ségrégatifs se comprennent ici comme l'expression agrégée de préférences individuelles pour le même type de contextes urbains (étant entendu que ces « préférences » ont toujours des origines et des renforcements dans les représentations collectives) et peuvent être indépendants *a priori* de toute intentionnalité ségrégative.

- Une troisième manière d'apprécier la ségrégation urbaine renvoie plus directement à l'acception originelle du terme — c.-à-d. la mise à l'écart d'un groupe par un autre — et convoque l'étude d'enclaves à profil très marqué par leur caractère ethnique, physique, de genre ou de style de vie (homosexuel, tzigane...). Les regroupements socio-territoriaux résultent cette fois d'une intention ségrégative ou auto-ségrégative explicitement présente dans les volontés collectives et qui, dans le jeu avec les lois du marché (marché du foncier et de l'immobilier), donne lieu à des phénomènes de ghettoïsation négative ou positive (quartier fermé ou *gated communities*).

Ces différentes manières d'apprécier la ségrégation spatiale et ses impacts sur l'espace urbain ne sont pas mutuellement exclusives; les processus s'avèrent souvent cumulatifs et invitent à croiser les pistes d'analyses explicatives. Les cinq dimensions de la ségrégation urbaine dégagées par Douglas Massey et Nancy Denton (1988) serviront à décrire avec plus de précision les patrons de localisation résidentiels. Massey et Denton synthétisent la diversité des modes d'estimation de la répartition spatiale des individus par origine ethnique en cinq dimensions indépendantes : 1/ l'uniformité ou l'égalité (*evenness*) de la distribution géographique des minorités; 2/ l'exposition (*exposure*) des membres d'une minorité aux contacts avec des membres d'une autre minorité; 3/ la concentration des minorités dans

l'agglomération; 4/ leur degré de centralisation, c.-à-d. la proximité des populations minoritaires des centres-villes; 5/ leur degré de regroupement ou d'agrégation (*clustering*) (l'annexe VII précise les définitions). Ces distinctions s'appliquent à l'idée générale de ségrégation urbaine, qu'elle soit raciale, socio-économique ou autre. Bien qu'il ne s'agisse pas ici de recourir à la traduction mathématique de ces dimensions pour construire autant d'indices statistiques, elles seront utiles pour rendre compte des formes de répartition dans l'espace résidentiel montréalais des catégories socioprofessionnelles qui nous intéressent.

La mesure statistique

Une population essentiellement urbaine

Un premier élément d'intérêt lorsqu'on examine les données censitaires saisies et traitées par Statistique Canada tient aux formes récentes de la croissance urbaine que ces données dessinent, alors qu'une forte progression de l'urbanisation va de pair avec une polarisation sur les métropoles régionales. Le constat est sans surprise, puisque la croissance démographique et spatiale des métropoles régionales au cours des 25 dernières années est sans doute l'une des transformations les plus marquantes observées en Amérique du Nord¹⁶⁸. Conformément à cette tendance, la répartition des Canadiens par provinces et territoires montre une accentuation constante depuis un quart de siècle du poids démographique des trois plus grandes régions urbaines du pays, où vit désormais près d'un Canadien sur deux. Parmi ces grandes régions urbaines, la Région Métropolitaine de Recensement de Montréal (RMR), telle que définie dans la classification géographique type de Statistique Canada, est estimée en 2001 accaparer à elle seule 11,5 % de la population canadienne; la RMR de Toronto et celle de Vancouver occupant respectivement la première et la troisième position dans la hiérarchie urbaine du poids démographique.

¹⁶⁸ Le thème de la « métropolisation » (Leresche, Joye et Bassand, 1995; Veltz, 1996) fait l'objet d'un large consensus auprès des spécialistes de l'urbain, et ce, des deux côtés de l'Atlantique. Suivant les auteurs et les analyses, la dualité ville-campagne sur laquelle s'est construite en grande partie la recherche urbaine s'est progressivement dissoute dans la « campagne mégapolitaine » de Phillippe Haeringer (1997) ou encore dans la « ville-nature » de Yves Chalas (2000). L'idée même d'urbanisation étant, de fait, mise à l'épreuve, les néologismes fleurissent pour traduire un « au-delà » du processus : « mégapolisation » (Gottmann, 1961), « métapolisation » (Ascher, 1995), etc. L'urbanisation se conjuguerait désormais au pluriel (Abramo, 1996), les propositions les plus radicales allant jusqu'à suggérer que si la ville est aujourd'hui une réalité plus ou moins cernable et délimitée, ce ne peut-être que dans notre imaginaire (Marot, 1991).

Cette métropolisation des espaces qui restructure le territoire s'observe pareillement à l'échelle provinciale. Ainsi, dans la province de Québec, près de la moitié (47,3 %) de l'ensemble de la population du territoire résidait en 2001 dans la grande région métropolitaine de Montréal. Si l'on tient compte uniquement de la répartition géographique de la population active résidente, la proportion se veut plus élevée encore : 48,5 % des travailleurs habitent la RMR de Montréal. Fait intéressant à noter, la distribution résidentielle des effectifs des professions artistiques et celle relative aux professions du multimédia témoignent à plus forte raison de cette dynamique spatiale qui s'organise autour de la métropole. En effet, ces deux sous-groupes de travailleurs se distinguent de la moyenne québécoise par une propension nettement plus marquée à la concentration spatiale dans la région métropolitaine : c'est respectivement 67,1% et 66,4 % du total de ces travailleurs qui résident en 2001 dans l'agglomération montréalaise, soit légèrement plus que la moyenne de l'ensemble des effectifs de nos professions culturelles-créatives (65,0%).

Tableau 3. Répartition de la population active, RMR de Montréal (2001)

Population active expérimentée, RMR de Montréal (2001)	Ensemble des professions			
	Secteur culturel créatif	Occupations artistiques	Multimédia	
Canada	15 576 565	578 980	150 700	170 915
Québec	3 644 375	145 030	33 935	40 210
RMR de Montréal	1 765 760	94 220	22 755	26 700
<i>RMR de Montréal / Canada (%)</i>	11,3%	16,3%	15,1%	15,6%
<i>RMR de Montréal / Québec (%)</i>	48,5%	65,0%	67,1%	66,4%

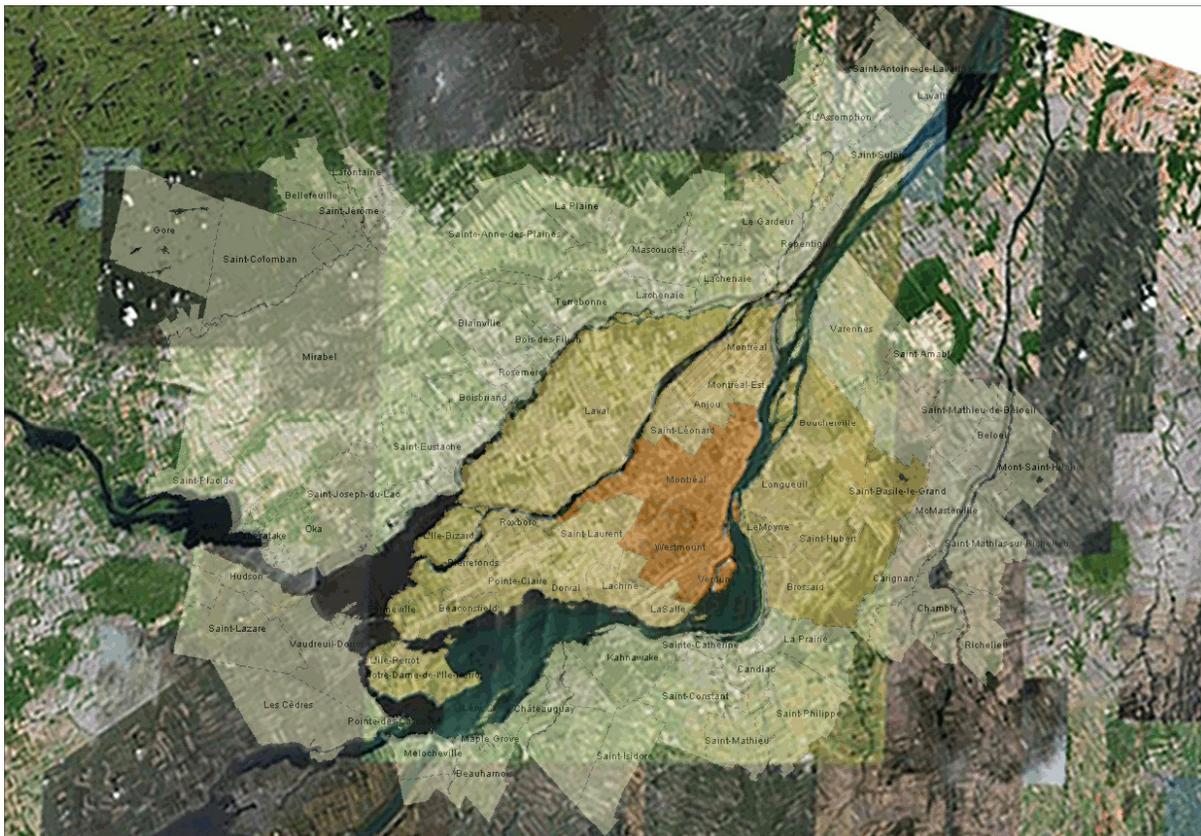
Source : Statistique Canada, 2001, compilation spéciale.

Le déploiement des populations sur l'espace intra-métropolitain

Les patrons de localisation résidentielle sont moins clairement discernables à l'échelle intra-métropolitaine, du moins lorsqu'on recourt aux concepts standards de Statistique Canada (noyau urbain, banlieue urbaine, banlieue rurale). La RMR de Montréal se caractérise en effet par la densité de son noyau urbain et la classification géographique usuelle ne permet pas de distinctions fines entre les secteurs ou zones de résidence situés dans la région métropolitaine : en 2001, plus de 95% de la population totale de l'espace métropolitain réside dans un secteur de recensement (SR) appartenant au noyau urbain, le reste se dispersant entre les banlieues urbaines et rurales de la RMR.

Pour augmenter les capacités de discrimination dans l'analyse, un découpage alternatif du territoire métropolitain en trois grandes sous-régions a été utilisé. Ce découpage a visé plus spécifiquement à mesurer la proximité des groupes au centre de l'aire métropolitaine. Suivant une approche recevant la faveur de nombreux géographes et sociologues urbains canadiens (c.f. Dansereau, 1988), les trois unités spatiales de ce découpage font écho grosso modo aux principales phases de l'expansion urbaine de Montréal depuis la seconde moitié du 20^e siècle: le centre de l'agglomération, défini ici en termes de « noyau central » (ou « *inner city* » selon l'expression usitée en anglais), est constitué de la municipalité qui donne son nom à la RMR (SDR Montréal Ville) et de quatre subdivisions de recensement (SDR) correspondant aux quartiers résidentiels anciens adjacents (Westmount, Verdun, Outremont et Mont-Royal). Autour de ce noyau central (qui correspond à la portion de l'agglomération construite avant la guerre 1939-1945) se déploie une 1^{re} couronne suburbaine composée des SDR correspondant aux villes de banlieue de l'après-guerre (nb = 35). Une seconde couronne de suburbanisation, d'origine plus récente, s'étend jusqu'à l'extrême périphérie du territoire métropolitain (nb SDR = 69).

Carte 3. RMR de Montréal (2001) : noyau central et couronnes suburbaines



Source : adapté d'une image tirée de Google Maps (maps.google.com).

Une telle représentation de la RMR de Montréal désigne à la fois des étapes successives de la croissance urbaine et des discrétisations spatiales à l'intérieur de la structure métropolitaine. Bien que le modèle de division de l'espace métropolitain qui en découle demeure très approximatif et réducteur, cette méthode de délimitation et de catégorisation des lieux de résidence (du point de vue de l'histoire, de la taille et de la géographie) s'avère pertinente dans la mesure où elle permet de mettre en évidence des différences considérables entre les résidents de la RMR. Les données sont particulièrement éloquentes lorsqu'on examine la répartition de la population active expérimentée entre le noyau central et le reste de l'aire métropolitaine. En effet, alors que la municipalité centrale et les SDR avoisinants accueillent 33, 2 % du total de cette population, la 1re couronne métropolitaine en loge 40, 3 % et la seconde 26, 5%. La distribution spatiale résidentielle de la population active montréalaise marque donc un clivage très net en faveur des franges urbaines dans le binôme centre/périphérie : l'habitat privilégié par les résidents de la RMR est, de façon très majoritaire (66,8 %), celui des territoires de la périphérie.

Ces résultats ne sauraient étonner outre mesure, puisqu'ils confortent le portrait généralement fait de la population des agglomérations urbaines nord-américaines qui, depuis au moins les années 1980, est majoritairement une population suburbaine (Fortin, Després et Vachon, 2002). C'est d'ailleurs selon une dynamique classique bien connue des aménageurs et des urbanistes nord-américains que l'étalement urbain des dernières décennies a fait perdre à la ville centre et, plus largement, à l'île de Montréal une partie de sa population et de ses emplois au profit de sa périphérie. En effet, si l'île de Montréal a longtemps été le lieu de la croissance urbaine, dès le lendemain de la Seconde Guerre Mondiale une première couronne de suburbanisation se développe autour de villes de banlieue, telles Longueuil, Saint-Hubert, Brossard, La Prairie, Boucherville, Sainte-Julie, Saint-Bruno et Laval. L'appétit d'espace et de sol conduit par la suite à l'émergence de villes satellites dans une seconde couronne suburbaine : Sorel, St-Hyacinthe, Saint-Jean, Valleyfield, St-Jérôme et Joliette.

La densification de ces villes de banlieue, qui bénéficie de la décentralisation ou de la déconcentration des personnes comme des activités et des emplois, permet une offre concurrentielle en termes de milieu de vie et contribue probablement par un effet circulaire à la désaffectation et au déclin relatif du centre-ville de Montréal dans le dernier tiers du 20^e siècle. En tout état de cause, l'opinion générale voulant que la majorité des Nord-Américains résident hors des grands centres est validée lorsqu'on examine le cas particulier de la RMR de Montréal : en 2001, une analyse en couronne de la structure métropolitaine atteste

clairement de la suprématie démographique de la « banlieue » sur la ville centre. Or, cette dichotomie ville centre / banlieue se complexifie toutefois lorsque la structure de la division sociale de l'espace est détaillée selon les catégories socioprofessionnelles d'appartenance.

Une répartition spatiale différenciée selon la catégorie socioprofessionnelle

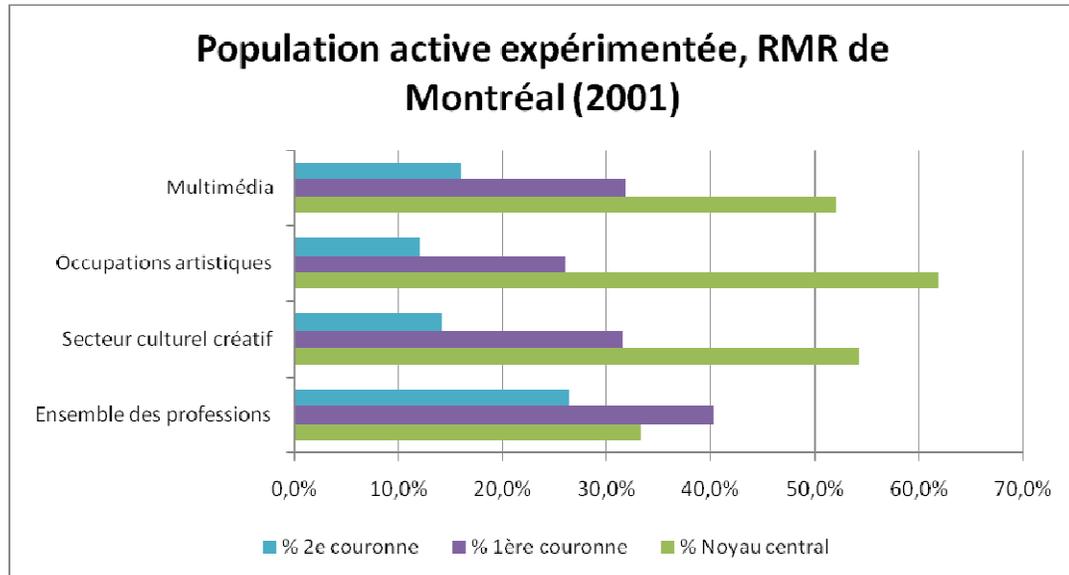
Lorsque les populations sont différenciées en fonction de la catégorie socioprofessionnelle d'appartenance, les données du Recensement de la population canadienne de 2001 font apparaître des dissimilarités importantes dans la distribution spatiale résidentielle intra-métropolitaine. Ainsi, l'effectif des professions du secteur culturel créatif montre une répartition géographique dans l'espace résidentiel qui diverge clairement par rapport à la convergence habituelle. C'est en effet de façon majoritaire (54, 3%) que la population active expérimentée de ce secteur réside non pas en couronnes métropolitaines, mais dans le noyau central de l'agglomération.

Au sein de cet ensemble, le cas des professions artistiques atteste le plus fortement d'une dynamique contraire des rapports centre-périphérie : la proportion entre les localisations résidentielles périphériques et les localisations dans le noyau central urbain s'inverse en fait quasi du tout au tout par rapport à la tendance générale: 61, 9% des artistes professionnels résident au cœur de l'agglomération, tandis que seulement 38,2% d'entre eux habitent en couronnes (26,1 % pour la première et 12,1 % pour la seconde). Cet attrait exercé par le centre de l'agglomération sur les créateurs artistiques s'observe selon des proportions variables pour tous les sous-groupes des professions couverts par les lois sur le statut de l'artiste. Aussi, c'est non seulement à l'échelle infranationale, mais aussi au niveau intra-métropolitain que cette catégorie spécifique de travailleurs se révèle fortement ségréguée puisqu'inégalement répartie, concentrée et centralisée spatialement. L'analyse comparée des données censitaires de 1991, 1996 et 2001 étaye ce phénomène de regroupement géographique au cœur des régions administratives les plus urbanisées du Québec; l'île de Montréal étant, de loin, la région qui accueille le plus grand pourcentage de professionnels des arts et de la culture (Sully, 2005: 05).

Des travaux aujourd'hui nombreux ont depuis longtemps mis en évidence la logique de centralité qui guide la localisation de la production artistique, en Amérique du Nord comme en Europe occidentale. De façon plus surprenante peut-être, c'est aussi la répartition géographique des professions de l'industrie du multimédia qui marque un écart par rapport à la « norme ». En effet, à l'image de ce qui s'observe pour les artistes, la tendance au

regroupement dans le noyau central de l'agglomération est bien visible, quoique moins prononcée chez ce second groupe de travailleurs: 52,1% d'entre eux résident en 2001 dans l'une ou l'autre des cinq subdivisions de recensement qui composent le cœur de la RMR, contre 31,8 % dans la 1^{re} couronne métropolitaine et 16,1 % dans la seconde. Les chiffres sont similaires pour chacun des sous-ensembles qui composent l'effectif total des professions du multimédia.

Tableau 4. Une répartition spatiale différenciée



Source : Statistique Canada, 2001, compilation spéciale.

Dans la mesure où le patron de localisation des travailleurs du multimédia et celui des créateurs artistiques attestent tous deux d'une propension au regroupement dans le noyau central urbain, la répartition spatiale de ces populations peut être considérée relativement semblable, traduisant une même distribution ségrégative à l'échelle intra-métropolitaine.

La similitude entre ces patrons de localisation mérite d'autant plus d'être soulignée que des écarts significatifs en termes de revenu d'emploi entre les deux sous-groupes conditionneraient *a priori* des comportements résidentiels différenciés. En effet, depuis les travaux pionniers de l'École d'Écologie Humaine de Chicago dans les années 1920, de nombreuses études sur l'espace social de la ville ont établi l'existence d'un lien entre la position socio-économique (le niveau de vie) et la ségrégation résidentielle, en mettant plus particulièrement en exergue un principe de hiérarchisation sociale des espaces construits sur l'opposition entre catégories socioprofessionnelles inférieures (la « classe ouvrière ») et supérieures (la « classe riche » ou, plus largement, les « classes moyennes » en voie

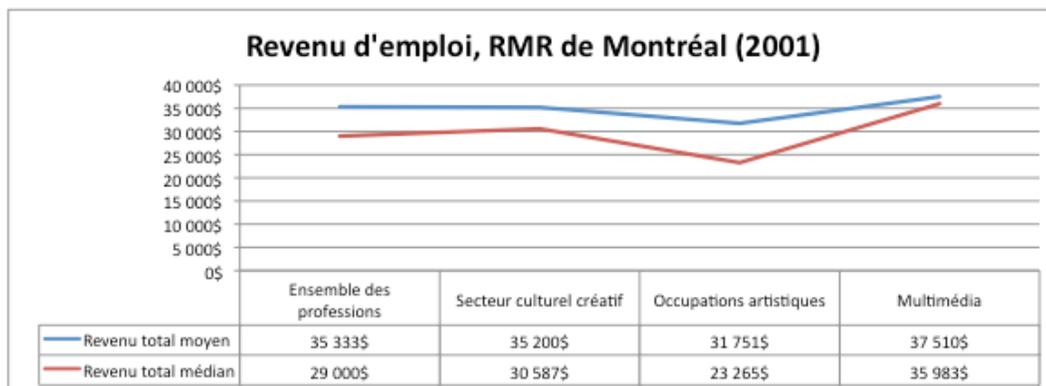
d'ascension sociale). Ce facteur de hiérarchisation serait aujourd'hui encore l'un des principaux principes organisateurs de la ségrégation résidentielle. La meilleure illustration du phénomène est donnée par les villes nord-américaines, caractérisées depuis toujours par la migration des catégories sociales relativement aisées vers la périphérie.

Suivant les modèles classiques en études urbaines de l'analyse socio-écologique et économétrique, la structure de ces différenciations socio-économiques dans la ville est souvent schématisée par un modèle auréolaire, supposant des revenus qui augmentent avec la distance au centre. Se référant à de tels modèles pour conduire leur analyse, des géographes montréalais ont pu démontrer le caractère monocentrique de la ségrégation économique à Montréal, mais aussi la stabilité historique de cette configuration à l'échelle métropolitaine, qui se consolide depuis les années 1980 moyennant certaines transformations notables (Charron et Shearmur, 2005). De manière générale, on s'accorde à dire que :

La ségrégation socio-économique a des structures fortes et stables qui suivent les gradients des prix fonciers et immobiliers urbains. Le modèle général observable dans les plus grandes agglomérations est concentrique et déformé par des contrastes entre secteurs riches et secteurs pauvres, comme l'avait observé Hoyt dès 1939 à Chicago, et comme on l'observe par exemple à Paris ou à Londres d'après les différences de revenu et de statut social des résidents (Pumain, 2004: non paginé)

Si l'on se fie donc à une structure de ségrégation économique depuis longtemps observée, la position socio-économique des « créatifs » de l'industrie du multimédia « classe » ces individus parmi les premiers candidats à la vie suburbaine. En effet, selon les données du recensement fédéral de 2001, ces travailleurs ont gagné un revenu médian d'emploi (35 983 \$) de loin supérieur à celui des travailleurs des professions artistiques (23 265 \$), mais également passablement plus élevé que celui de l'ensemble des travailleurs des autres secteurs (29 000 \$).

Tableau 5. Revenus moyen et médian, RMR de Montréal (2001)



Source : Statistique Canada, 2001, compilation spéciale.

Si on ajoute au critère du revenu le niveau d'étude et la situation d'emploi, ces travailleurs combinent les principaux indices d'un statut socioéconomique élevé. Or, les données présentées jusqu'ici sont sans équivoque : l'attrait qu'exerce la périphérie sur les catégories moyennes et moyennes supérieures ne se confirme pas (ou plus), du moins pour ce qui est de ce cas bien particulier.

Les créateurs industriels du jeu vidéo à Montréal : un sous-groupe « exemplaire »

L'échantillon de travailleurs prélevé aux fins de la recherche qualitative n'est pas issu d'un échantillonnage probabiliste et ne vise pas une généralisation de type statistique, mais analytique. Au regard des régularités empiriques qui ressortent de la comparaison des situations résidentielles individuelles, cet échantillon se révèle toutefois fidèle aux statistiques.

C'est en effet à tous les points de vue que la situation résidentielle des créateurs industriels de jeux vidéo rencontrés épouse globalement le profil général de la distribution résidentielle à travers l'aire métropolitaine de l'ensemble des effectifs des professions du multimédia. D'une part, la répartition spatiale de ces travailleurs s'avère fortement sélective, laissant entendre des regroupements qui s'organisent de façon privilégiée selon la catégorie socioprofessionnelle d'appartenance. La logique ségrégative opère à la fois du point de vue de l'égalité et de la concentration. D'autre part, les formes spatiales générées par cet état ségrégatif montrent des affinités électives avec le centre, qui se repèrent et se mesurent aux

différentes échelles géographiques de la structure métropolitaine. En d'autres termes, le groupe est également ségrégué du point de vue de la centralisation. Ces deux constats sont détaillés ci-après.

Concentration, agrégation, centralité

La cartographie résidentielle sur laquelle s'appuie l'analyse rend compte de la situation de 29 professionnels de l'industrie montréalaise du jeu vidéo, qui ont tous en commun d'habiter la RMR de Montréal. Ces travailleurs présentent autrement des caractéristiques sociologiques passablement contrastées, si l'on tient compte des variables sociodémographiques traditionnelles (âge, sexe, état civil et type de ménage), des parcours de mobilités résidentielles (en termes d'éloignement et de fréquence), ainsi que des types de tissus urbains habités (urbain-central, suburbain, périurbain). Telle que mentionnée au chapitre méthodologique, cette dernière variable géographique a été introduite au cours de la procédure d'échantillonnage, pour garantir une diversification maximale de l'échantillon. En dépit des efforts faits, il n'a toutefois pas été possible d'obtenir une représentation équilibrée de l'espace résidentiel métropolitain. La difficulté à diversifier l'échantillon par la localisation au lieu de résidence laissait donc présager d'emblée des préférences convergentes en ce qui concerne le choix du lieu de résidence, en l'occurrence pour la vie « en ville ».

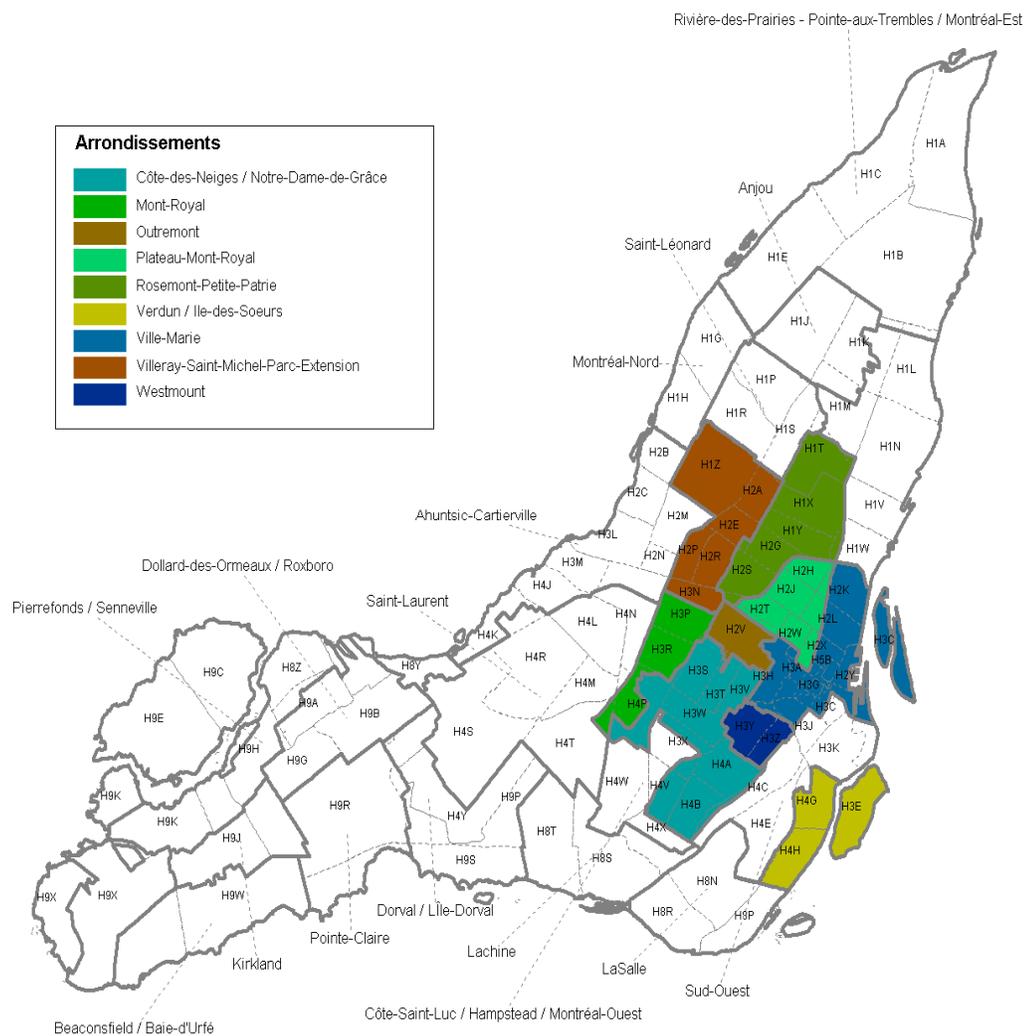
Plus exactement, deux personnes au sein de l'échantillon habitent en zone périurbaine, c.-à-d. à l'extérieur proprement dit des limites administratives de la RMR de Montréal mais à ses abords géographiques immédiats, dans ce qu'on peut considérer être un espace interstitiel entre l'urbain et le rural. Ces périurbains habitent à l'extrême opposé l'un de l'autre, le premier (Jean) dans une zone à cheval sur la limite nord-est de la région métropolitaine et le second (Patrick) dans la frange sud-est. Les couronnes suburbaines accueillent pour leur part trois personnes : deux d'entre elles (Lison et Mathieu) résident dans la première couronne et une (Vincent) dans la seconde. La très forte majorité des créateurs industriels de jeux vidéo que j'ai rencontrés (24 personnes) habitent les quartiers anciens qui composent le noyau central de l'agglomération montréalaise.

Afin d'étayer plus avant l'impression initiale d'un regroupement spatial à l'intérieur du noyau central urbain, le domicile de chacun des participants à l'enquête a été positionné par l'intermédiaire d'une géoréférence discrète fondée sur les codes postaux actuellement utilisés au Canada. Les informations fournies par les enquêtés autorisent la documentation du patron de localisation résidentiel de l'échantillon à une échelle très fine, grâce à un découpage géographique par zones postales définies en fonction de la chaîne des six

caractères du code postal. L'exercice de cartographie ainsi mené permet d'observer une même tendance au regroupement socio-résidentiel: les travailleurs rencontrés se concentrent de façon majoritaire non seulement dans le noyau central de l'agglomération, mais au sein de certaines zones à l'intérieur même de ce périmètre.

Le souci de protéger la confidentialité et l'anonymat des répondants contraints à restreindre la présentation des résultats aux données relatives à la région de tri d'acheminement de courrier (RTA), correspondant aux trois premiers caractères du code postal. La distribution spatiale de la population à cette échelle sera mise en relation avec le découpage administratif de la Ville de Montréal en dix-neuf arrondissements (et, le cas échéant, une subdivision de ces territoires en quartiers). La carte présentée ci-après situe l'espace résidentiel qui résulte de la superposition de ces deux types d'unités géographiques.

Carte 4. Ile de Montréal, arrondissements et RTA (2001)



Source : auteur.

L'examen de la répartition du lieu de résidence de nos enquêtés par rapport à ce type d'unités géographiques montre tout d'abord que deux RTA (H2J et H2T), forment une zone de convergence résidentielle particulièrement attractive. Ces RTA correspondent respectivement au secteur nord et au secteur nord-ouest de l'arrondissement Plateau Mont-Royal. Dix personnes résident au sein même de ces RTA, tandis que huit autres sont domiciliées dans six RTA limitrophes de l'arrondissement Plateau Mont-Royal (H2G, H1W, H3A, H3G) ou qui le chevauchent en partie (H2V, H2K). Ces huit personnes sont, dans tous les cas, domiciliées à la frontière administrative de l'arrondissement Plateau Mont-Royal et de l'un ou l'autre des arrondissements qui lui sont adjacents. Le reste du groupe qui habite le noyau central urbain (6 personnes) est distribué de manière plus homogène à travers les unités spatiales de la ville centre. Cinq personnes résident dans la partie sud du noyau central, mais possèdent toutes un code postal différent : H4B et H4A (Notre-Dame-de-Grâce), H3Z (Westmount), H3H (Ville-Marie) et H3E (Ile-des-sœurs). Un sixième travailleur habite à l'extrême opposé nord, dans une RTA de l'arrondissement Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension (H2E).

Ce qui étonne d'emblée au regard de ces résultats tient à la concordance élevée des choix résidentiels de la population enquêtée, alors que dix-huit personnes résident au sein ou aux abords immédiats de l'arrondissement Plateau Mont-Royal, c.-à-d. plus de la moitié de notre échantillon. L'arrondissement Plateau-Mont-Royal est une des plus anciennes zones résidentielles de Montréal et affiche la densité de population la plus importante de Montréal. Enclavé entre les arrondissements de Rosemont – Petite-Patrie (au nord), de Ville-Marie (au sud et à l'est) et d'Outremont (à l'ouest), cet arrondissement est relativement décalé par rapport au cœur historique de la ville (identifié au quartier du Vieux-Montréal et à la partie sud-est de l'arrondissement de Ville-Marie), mais jouit d'une proximité au foyer commercial et aux grandes institutions culturelles de Montréal (Quartier Latin, Quartier des spectacles, dans la partie centre-ouest de l'arrondissement de Ville-Marie). Je reviendrai sur ce qui distingue ce territoire au sein de l'espace résidentiel montréalais. Ce qu'il importe de retenir pour l'instant, c'est la plausibilité d'un groupe socioprofessionnel ségrégué quant aux lieux de résidence; cette ségrégation socio-spatiale se manifestant ici à une très petite échelle.

Un profil ségrégatif commun

Un second élément de surprise lorsqu'on se penche sur la distribution de nos travailleurs dans l'espace résidentiel montréalais tient au nombre élevé d'unités spatiales que ces derniers partagent avec les artistes professionnels. En effet, une analyse en couronne de la

structure résidentielle de la RMR de Montréal a permis précédemment de mettre en évidence la similitude à l'échelle intra-métropolitaine des patrons de localisation des effectifs industriels du multimédia et ceux du secteur artistique: par rapport à l'ensemble de la population active expérimentée et comparés l'un à l'autre, ces deux sous-groupes professionnels s'avèrent pareillement ségrégués à travers l'espace métropolitain, c.-à-d. inégalement répartis, concentrés et centralisés spatialement. Or, si l'on compare nos données de terrain avec les résultats d'une étude menée par le groupe Hill Stratégie Recherche Inc. (2005), la distribution similaire de ces deux groupes professionnels s'observe également à l'intérieur du noyau urbain.

L'étude conduite par le groupe Hill Stratégies Recherche Inc. visait à identifier les principales concentrations d'artistes au Canada sur la base des données du recensement fédéral de 2001. Pour mener à bien cette étude, l'utilisation des codes postaux comme géoréférence des lieux de résidence des personnes a permis la comparaison de la concentration de la population artiste dans chaque RTA par rapport à la moyenne nationale canadienne (autrement dit, un calcul du quotient de localisation)¹⁶⁹. Avec cinq des dix RTA abritant la plus forte concentration d'artistes, Montréal se classe dans cette étude au premier rang des aires urbaines canadiennes qui présentent le plus grand nombre de « quartiers artistiques ».

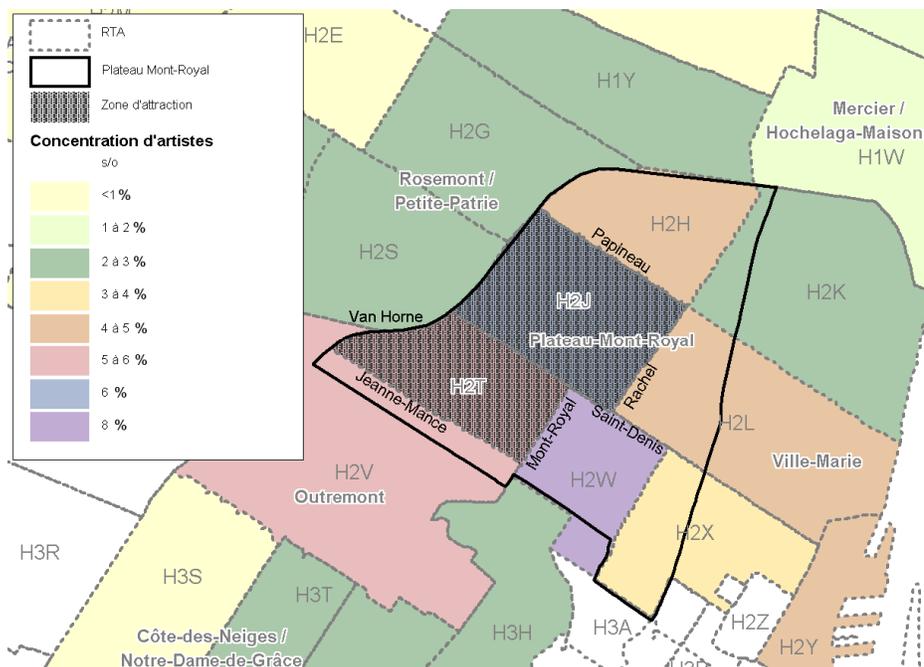
Les RTA qui ont valu à Montréal ce classement avantageux sont, par ordre décroissant de leur poids démographique: H2W, H2J, H2T, H2V et H2L. Ces RTA concentreraient en moyenne près de sept fois plus d'artistes que ce qui s'observe à l'échelle canadienne (soit 6, 8 % contre 0, 8%). Les trois RTA qui arrivent en tête de peloton couvrent plus de la moitié de la superficie de l'arrondissement Plateau-Mont-Royal. Selon un document produit par la Ville de Montréal en 2002, c'est aussi dans cet arrondissement que se situe le plus grand nombre de lieux de création et de diffusion culturelle : l'Espace Go, les Ballets Jazz de Montréal, les Grands ballets canadiens, le théâtre D'aujourd'hui, le théâtre de Quat'sous, l'Agora de la danse, le théâtre du Rideau vert, le théâtre La Licorne, le MAI (Montréal Arts Interculturels) ainsi que plusieurs ateliers et galeries d'art (Ville de Montréal, 2002: 29). La quatrième et cinquième RTA où se concentrent le plus fortement les professionnels des arts à Montréal

¹⁶⁹ L'analyse porte sur neuf des catégories professionnelles couvertes par les lois sur le statut de l'artiste: les acteurs; les artisans; les chefs d'orchestre, compositeurs et arrangeurs; les danseurs; les musiciens et chanteurs; les autres artistes du spectacle; les peintres, sculpteurs et autres artistes des arts plastiques; les producteurs, réalisateurs, chorégraphes et personnel assimilé; les auteurs, rédacteurs et écrivains. Les enseignements en arts sont inclus. Une description détaillée de la méthodologie de l'étude est présentée en annexe au rapport.

correspondent respectivement à la municipalité d'Outremont (H2V) et à une portion d'espace répartie à parts égales entre l'arrondissement Mercier-Hochelaga-Maisonneuve et l'arrondissement Plateau Mont Royal (H2L). À l'échelle du Canada, ces deux dernières zones postales arrivent ex aequo en 7^e place du classement des quartiers artistiques urbains (Hill Stratégies, 2005).

La taille réduite de notre échantillon de professionnels du jeu vidéo ne garantit pas une analyse statistique fiable de la distribution résidentielle de ce groupe sur le territoire de Montréal et, partant, empêche une comparaison terme à terme avec les données colligées par Hill Stratégies sur les logiques ségréгатives des artistes montréalais. Toutefois, la façon dont les travailleurs rencontrés se distribuent collectivement à travers l'espace résidentiel autorise à préjuger de l'existence d'un profil ségréгатif commun aux deux groupes, y compris au sein du noyau urbain. En particulier, les deux RTA situées dans la partie nord-ouest de l'arrondissement Plateau-Mont-Royal (H2J et H2T) s'avèrent clairement des espaces résidentiels prisés à la fois par les artistes professionnels et les créateurs industriels du jeu vidéo à Montréal.

Carte 5. Un profil ségréгатif commun



Source : adapté à partir de Hill Stratégie, 2005.

Des choix résidentiels atypiques ?

Ces premières observations faites à partir du cas montréalais appellent deux remarques immédiates. La première tient au choix proximal de la centralité urbaine que met en évidence la cartographie résidentielle du sous-ensemble des effectifs du multimédia, et dont font partie nos enquêtés. La seconde porte sur le rôle de la composition sociale du voisinage dans les déterminants de la localisation résidentielle de cette population, alors que l'hétérogénéité ethnique et culturelle semble préférée par nos travailleurs à l'homogénéité sociale du lieu d'habitat.

Une localisation préférentielle liée à la centralité dans la ville

Les formes de la ségrégation résidentielle qui s'observe dans le patron de localisation de l'effectif des créatifs du multimédia à Montréal conduisent d'ores et déjà à nuancer une des lignes argumentatives les plus empruntées par les détracteurs des thèses de Richard Florida, à savoir que les membres de la classe créative n'afficheraient pas une préférence résidentielle particulière pour les espaces denses et diversifiés qui caractérisent le cœur des agglomérations urbaines (Glaeser, 2004; Levine, 2004 ; Markusen et Schrock, 2006). Pour l'historien américain Marc Levine (2004), qui refait avec raison les calculs de Florida en tenant compte cette fois de la structure intra-métropolitaine des agglomérations urbaines, « *les preuves sont éloquentes : la classe créative n'est pas plus disposée à vivre dans les villes – branchées ou pas – que les autres travailleurs* » (Levine, 2004: 20). Rappelant la mise en garde de Robert Reich (1991) « *contre la « sécession » des analystes symboliques vers les banlieues résidentielles et les secteurs « exurbains* », Levine renchérit sur les vains espoirs soulevés par les préférences et les aspirations résidentielles prêtées aux membres de la classe créative pour repeupler et revitaliser les villes-centre : à l'image de la majorité des catégories de travailleurs nord-américains, « *la classe créative choisit très majoritairement de vivre dans les banlieues relativement homogènes des grandes régions métropolitaines* ». (Levine, 2004: 23).

De façon consonante sur ce point avec le diagnostic établi par Levine, on peut certes estimer qu'au sein de la vaste et nébuleuse classe créative circonscrite par Richard Florida se rencontre une large proportion de « talents » attirés par les espaces résidentiels péri-centraux. Il ne faudrait cependant pas réduire la réalité urbaine globale aux comportements les plus lisibles statistiquement, et encore moins à ce qui apparaît désirable pour le plus grand nombre. En effet, lorsqu'on discrimine plus finement la population active résidante selon les catégories socioprofessionnelles d'appartenance, les faits de localisation

résidentielle l'attestent clairement: l'attractivité de la ville centre demeure valide pour les « analystes symboliques » identifiés par Reich, du moins pour une fraction d'entre eux. Cette attractivité du centre est sans doute marginale par rapport à l'ampleur des flux centrifuges vers les banlieues périurbaines. Elle n'indique pas moins une complexification, voire une restructuration sociodémographique de l'espace métropolitain qui, de surcroît, s'affirme depuis un certain temps déjà.

En effet, depuis près de quarante ans, en Amérique du Nord comme en Europe occidentale, les catégories de la production fordiste (ouvriers qualifiés et semi-qualifiés) cèdent progressivement du terrain dans les classements statistiques urbains face à l'envahissement de la ville centre par de nouveaux professionnels appartenant aux couches de statut social plus élevé: « salariés de la société de service », « hyper cadres de la mondialisation financière » et, plus récemment, « élites urbaines circulantes et globalisées », exerçant des activités professionnelles dans les domaines de la connaissance et de l'innovation (Authier et Bidou-Zachariasen, 2008: 14). Le constat est fait dès la fin des années 1960 aux États-Unis, puis reproduit au cours des années suivantes dans la plupart des grandes villes d'Europe Occidentale (Vandermotten et *al.*, 1999). L'inflexion de la direction des rapports centre-périphérie est également une réalité depuis longtemps démontrée au Canada, en particulier à Montréal, Toronto et Vancouver (Fillion, 1987). En ce sens, les formes de la distribution spatiale résidentielle de l'effectif du secteur culturel créatif à Montréal ne relèveraient ni du non-sens ni de l'aberration statistique, mais témoigneraient d'un mouvement déjà ancien, fondé sur une modification profonde de l'idéologie « anti-urbaine » qui a pu historiquement marquer la géographie urbaine (Williams, 1984 ; Caulfield, 1989).

L'attractivité de l'environnement social du voisinage

La forte similitude qui s'observe à Montréal entre le patron de localisation des créateurs artistiques et celui des professionnels de l'industrie du jeu vidéo autorise une remarque supplémentaire relative aux critères des choix résidentiels. En effet, la propension de nos travailleurs à se regrouper et à élire domicile non seulement dans le noyau central de l'agglomération mais dans, ou à proximité, de zones présentant une forte concentration d'artistes conforte à l'échelle intra-urbaine l'intuition selon laquelle les enclaves « bohémiennes » des villes centre sont plus particulièrement prisées par les membres de la classe créative (certains d'entre eux) comme cadre de vie et en tant que lieu de vie et de réalité sociale. Or, la coïncidence géographique des faits de localisation qui s'observe à Montréal entre les artistes et les créateurs industriels de jeux vidéo présente un caractère

imparfait à l'échelle des RTA qui, loin de discréditer l'hypothèse de choix de localisation guidé par la composition sociale du voisinage résidentiel, invite au contraire à y regarder de plus près.

D'une façon qui peut surprendre au regard de la dynamique intra-métropolitaine, trois RTA (H2W, H2X et H2L) de l'arrondissement Plateau-Mont-Royal comptent une proportion relativement élevée d'artistes parmi la population active totale (de 3 à 8 %), mais n'accueille aucun des travailleurs de notre échantillon. Ces zones laissées pour compte par les professionnels du jeu vidéo incluent le « quartier le plus créatif au Canada », selon Hill Strategies (2005), soit la zone postale H2W, située au cœur du Plateau Mont-Royal. Les deux autres zones boudées par nos travailleurs lui sont immédiatement voisines au sud, chevauchant à la fois l'arrondissement Plateau-Mont-Royal et l'arrondissement Ville-Marie. Si l'arrondissement Plateau-Mont-Royal constitue bel et bien un lieu de convergence résidentiel pour les travailleurs rencontrés, c'est parce que ces derniers se concentrent massivement dans la partie nord-ouest de cet arrondissement et, plus exactement, dans un micro-secteur au nord de l'avenue Laurier et à l'ouest de la rue Saint-Denis.

D'un point de vue administratif, ce territoire correspond grosso modo à la moitié supérieure gauche du district électoral municipal de Mile End, tel que délimité en 2005 au sud et à l'est par deux importantes artères commerciales (respectivement, l'avenue du Mont-Royal et la rue Saint-Denis), au nord par une autoroute ferroviaire (les voies du Canadian Pacifique) et à l'ouest par la rue Hutchison, qui jouxte un grand axe routier (l'avenue du Parc). Ce district est un des trois districts électoraux de l'arrondissement du Plateau-Mont-Royal et constitue un des quartiers les plus densément peuplés de la Ville de Montréal (Ville de Montréal, 2006). Deux caractéristiques couplées, relatives au profil socioculturel du district Mile-End, d'une part, et à son statut socio-économique, d'autre part, distinguent ce territoire au sein de l'arrondissement Plateau Mont-Royal et méritent qu'on s'y attarde brièvement pour la suite du propos.

Décorum ouvrier et mixité sociale

Le district électoral du Mile End tire son nom de l'ancien village de Saint-Louis du Mile End, qui sera annexé en 1909 à la Ville de Montréal. Ce territoire devient très tôt un quartier d'immigration grâce à l'arrivée d'une population en provenance principalement d'Europe de l'Est. Le nouveau développement urbain et la recomposition territoriale qui suivent l'annexion confèrent au Mile End le statut d'une « *espèce de no man's land pour les Anglais, les Écossais et les Canadiens français, lieu réservé aux nouveaux arrivants, des Juifs surtout,*

mais aussi des Bulgares et des Yougoslaves » (Olazabal, 2006: 11, citant Richler, 1971 : 37). Au début des années 2000, le quartier présente toujours des caractéristiques ethnoculturelles marquées, d'autant plus que se sont diversifiées au fil du temps les nouvelles populations immigrantes qui s'y implantent. La cohabitation interculturelle qui s'y observe repose aujourd'hui sur la coexistence d'une diversité de communautés (juive, grecque, italienne, portugaise...) et, partant, de mondes linguistiques mais aussi religieux : hassidisme, judaïsme orthodoxe, christianisme grec orthodoxe, catholicisme et protestantisme, agnosticisme, bouddhisme et autres.

Conformément à une équation propre à la ville industrielle, ce quartier immigré à forte coloration ethnoculturel porte également l'empreinte d'un passé ouvrier et populaire. La croissance de l'activité industrielle en bordure de l'axe ferroviaire du Canadian Pacifique, ainsi que la vie commerciale du boulevard St-Laurent et de l'avenue Mont-Royal ont tôt fait du Mile End un quartier populaire très dense, où manufactures et logements ouvriers se juxtaposent. Durant la première moitié du 20^e siècle, le Mile End devient un important centre de production textile. Mais il est également perçu « *comme un milieu mal famé où le monde de la pègre côtoie la vie débridée des cabarets de la rue du Parc et les bordels de la rue de Bullion dans les années 1940-50* » (Olazabal, 2006). Depuis la prolétarianisation de son espace suite à l'annexion à la Ville de Montréal et l'arrivée de ménages peu fortunés, attirés notamment par le faible coût des loyers, le niveau socio-économique moyen des ménages résidents est relativement bas. La venue à partir des années 1970 d'une population plus scolarisée ne suffit pas à renverser la tendance : selon le recensement fédéral de 2001, le Mile End demeure marqué par la défavorisation; les ménages à faibles revenus représentant 31, 8% du total de sa population (Ville de Montréal, 2005).

S'attachant à démontrer les variations spatiales et temporelles du phénomène de « reconquête des centres » par les couches moyennes et moyennes supérieures, Dansereau (1988) et Dansereau et Beaudry (1986) soulignent qu'au milieu des années 1980 seuls quelques quartiers montréalais « privilégiés » font état d'un véritable relèvement de leur profil socio-économique grâce à l'arrivée d'une population plus scolarisée et mieux nantie. En effet, les pratiques spontanées de réhabilitation ont profité aux quartiers occupés à l'origine par des ménages à statut relativement élevé (cols blancs et couches moyennes supérieures). Elles ont cependant laissé pour compte les quartiers ouvriers, *a fortiori* ceux présentant une forte coloration ethnique. Il en va ainsi du quartier Mile-End qui, comme d'autres quartiers multiethniques des noyaux centraux anciens de villes canadiennes, fournit dans les années 1980 un démenti au réinvestissement unilatéral de la ville centre par des

gens à statut socioéconomique privilégié (Dansereau, 1988: 18). Les caractéristiques sociographiques du quartier Mile End contrastent alors particulièrement avec celles du Bas-Outremont à l'ouest et du quartier Plateau Mont-Royal à l'est qui, eux, sont massivement investis par de « nouveaux professionnels », en majorité jeunes, instruits, plus fortunés et vivants souvent seuls.

L'expansion de ces nouvelles couches professionnelles qui ont progressivement repeuplé le territoire de l'arrondissement Plateau Mont-Royal à partir de la fin des années 1970 demeure, au moins jusqu'aux années 2000, fortement circonscrite au quartier Plateau Mont-Royal. Ainsi, en 2002, la population jeune (24 – 30 ans) se concentre toujours aussi massivement au sud de l'avenue Laurier et en bordure de la rue Saint-Denis, ne dérogeant pas au schéma spatial général de la recomposition sociographique du territoire (Ville de Montréal, 2002: 5). Le quartier Plateau Mont-Royal concentre aujourd'hui encore une population majoritairement blanche et francophone qui, comptant parmi ses actifs une bonne proportion de la nouvelle élite culturelle et économique franco-montréalaise, tend à fortement homogénéiser le paysage socioculturel.

Vus sous cet angle, les comportements résidentiels des créateurs industriels du jeu vidéo expriment des préférences paysagères atypiques par rapport à d'autres groupes partageant certaines caractéristiques d'aisance sociale et un capital culturel élevé (en termes de titres scolaires acquis). Plus encore, les espaces investis par les premiers protagonistes du « retour en ville » sont, cette fois, ignorés : les zones de l'établissement domiciliaire concernent majoritairement des secteurs de la ville alors relativement peu ou prou affectés par le phénomène de « reconquête » du centre par les classes supérieures. Pourquoi ces divergences dans les schèmes de localisation ? Comment un quartier, autrefois objet de répulsion, peut-il être aujourd'hui devenu source de convoitise ?

L'étude des formes de la distribution spatiale résidentielle d'un groupe ou d'une catégorie sociale peut certes contribuer à révéler des préférences individuelles et collectives pour un type d'environnement déterminé. Il serait néanmoins hasardeux d'inférer à partir de là des éléments d'appréciation du cadre de vie, voire une mutation ou un développement de valeurs nouvelles. Comment, en effet, caractériser des préférences en matière d'environnement résidentiel, *a fortiori* lorsqu'il est question de cohabitation et de mixité, sans tenir compte des perceptions des personnes, de leur représentation sociale et spatiale ? Si les chiffres dépeignent l'hétérogénéité culturelle et sociale des espaces résidentiels, ils ne disent en effet rien de la sensation de mixité, des perceptions de la composition sociale, des

identités sociales valorisantes ou dévalorisantes attribuées à ces espaces perçus et vécus. Partant, ils ne nous apprennent rien des représentations de l'espace en œuvre dans les décisions relatives au logement.

Pour apporter un complément qualitatif au cadrage quantitatif de la distribution dans l'espace résidentiel de la population à l'étude, l'analyse délaïsse dans les prochaines sections les catégories spatiales ou les construits de la géographie (ville, banlieue, quartier...) et déplace le regard des caractéristiques des individus vers leurs raisons d'agir, le sens qu'ils donnent à leurs propres comportements. Il s'agit plus exactement de privilégier une approche subjective de l'urbain, pour tâcher de mieux saisir, à travers les régularités qui s'observent dans le rapport individuel et collectif à l'espace de résidence, le rôle potentiel des stratégies individuelles dans le processus de polarisation sur certains espaces.

Des manifestations aux mécanismes

En fonction des ressources dont on dispose, des contraintes que l'on subit et des préférences que l'on souhaite réaliser, de multiples événements ou motivations peuvent être associés au choix du lieu de résidence. Comme le rappelle avec justesse Marie-Pierre Lefeuvre :

Même au sein de quartiers relativement homogènes (ou en cours d'homogénéisation) prime la diversité des raisons d'être là. [...] En bref, à la question : les ménages ont-ils généralement des raisons communes de se trouver rassemblés en un même lieu ? La recherche n'apporte que des réponses nuancées et partielles, d'autant plus qu'elle s'éloigne du niveau macro pour mettre en évidence des effets de milieu. (Lefeuvre, 2005: non paginé).

Interroger les facteurs à l'origine du lieu de résidence exige sans doute de distinguer d'abord les événements ou les motivations pouvant conduire à la mobilité résidentielle (la propension à déménager et les raisons du déplacement) de ceux associés aux choix d'implantation en un site d'élection (les préférences et motivations en rapport avec les attributs de l'environnement). Si c'est ce dernier aspect du problème qui retiendra plus particulièrement l'attention ici, il n'est pas inutile pour la suite du propos de s'attarder au moins brièvement aux raisons sous-jacentes à la mobilité résidentielle. L'exercice apparaît d'autant plus utile que les approches qui tendent à voir dans la qualité culturelle du cadre de vie un facteur d'attractivité et de compétitivité territoriales ont pour postulat de base une mobilité géographique croissante, voire une hyper mobilité du « capital humain » aujourd'hui recherché par l'entreprise de pointe.

Les contours de la mobilité

Lorsqu'on se penche sur les incitatifs aux pratiques plus ou moins actives de mobilité résidentielle, l'analyse croisée des parcours sociogéographiques de nos travailleurs montre vite une réalité bien connue des sociologues urbains : « *les mobilités et immobilités résidentielles ne prennent tout leur sens que par rapport à une trajectoire de vie qui engage de façon beaucoup plus large les différentes dimensions de l'existence* » (Grafmeyer et de Singly, 2005: 75). Aussi, la dynamique de mobilité résidentielle de nos créatifs du jeu vidéo révèle-t-elle, aux différentes échelles nationale, régionale ou locale, des incitatifs pluriels au déplacement géographique. Certains apparaissent plus particulièrement liés à des événements (professionnels, matrimoniaux...) qui scandent ce qu'on appelle parfois le « cycle de vie », tandis que d'autres renvoient à des logiques en partie transversales à la position dans le cycle de vie et aux autres discriminants usuels : par exemple, les déplacements seront d'autant plus importants en termes d'éloignement et de fréquence que la personne dispose d'un capital de mobilité élevé (ce constat, peu documenté dans la littérature, mériterait en soi un examen approfondi).

Sans nier l'incidence de multiples paramètres sur les probabilités de mobilité, les faits les plus saillants qui se dégagent des histoires résidentielles recueillies mettent en exergue un lien fort entre les trajectoires sociogéographiques et les itinéraires professionnels. Les changements de situation professionnelle ne coïncident pas toujours avec un déplacement géographique, loin s'en faut. Toutefois, la mobilité géographique qui scande les parcours biographiques doit bien souvent être comprise au même titre que la mobilité inter-entreprise, c'est à dire par rapport à une logique de carrière plus que par rapport, notamment, à une logique familiale.

On l'a vu au chapitre 4, l'expérience de la mobilité inter-organisationnelle marque la plupart des parcours en emploi. Des changements fréquents d'employeurs sont souvent imposés par des chocs conjoncturels (dus notamment à des cycles technologiques très courts), qui occasionnent la suppression d'emplois suite à la fermeture ou la réorganisation des entreprises. En raison notamment de la nature fortement « déterritorialisée » des ressources relationnelles et informationnelles dont disposent les travailleurs en quête d'emploi, la mobilité inter-entreprise va alors souvent de pair avec une mobilité géographique des personnes, qui déborde largement l'échelle du « local » : les déplacements peuvent être aussi bien régionaux, nationaux, continentaux qu'internationaux, laissant delà entendre une faible segmentation spatiale du marché de l'emploi, si ce n'est toutefois en faveur de zones agglomérées ou d'espaces de type « urbain ».

En effet, l'exigence spatiale apparaît d'abord être celle de la « grande » ville et s'explique en partie par la volonté de tirer profit des possibilités offertes par les marchés urbains du travail. Cela s'avère pour les employeurs, alors que la demande de travail, notamment, joue clairement un rôle dans les dynamiques spatiales de l'industrie du jeu vidéo en faveur des centres qui concentrent une main-d'œuvre compétente (sans préjuger de la prépondérance de ce facteur sur d'autres incitatifs à la localisation)¹⁷⁰. Mais cela est également vrai pour les travailleurs qui, soucieux de sécuriser leur trajectoire professionnelle, recherchent avidement les marchés denses d'emplois : comme le dit un de nos enquêtés, « *it as a safety net. You never know what is going to happen. And the industry is very dynamic and very young and things happen very very quickly* » [Sean, 32 ans, directeur créatif].

L'instabilité de l'industrie du jeu vidéo n'est toutefois pas toujours vécue comme une contrainte par les travailleurs qu'elle emploie. La mobilité inter-organisationnelle peut d'ailleurs parfois être voulue et, même lorsqu'elle n'est pas recherchée, constitue pour certains une condition pouvant être mise à profit pour faire valoir ses compétences et favoriser l'avancement de sa carrière. Le désir d'obtenir les moyens de leur création et la possibilité de voir diffuser largement leur travail sous-tendent alors plus largement la décision chez ces travailleurs de préférer tel employeur à tel autre, quitte à changer de ville, de pays voire de continents pour occuper l'emploi rêvé. Des phénomènes de réputation jouent ici très fortement, et ce, au double plan de l'offre et de la demande de travail.

En effet, du côté des « offreurs de force de travail », la notoriété et la réputation individuelles des professionnels du jeu vidéo déterminent les trajectoires professionnelles en autorisant une plus ou moins grande mobilité inter-entreprise. Bien qu'il n'ait sans doute rien de comparable dans son ampleur à ce qui existe dans d'autres secteurs du travail culturel/créatif (Cadin, Guérin et Defillippi, 2004), un « marché réputationnel » — permettant aux créateurs vidéo ludiques d'être appelés dans les meilleurs studios, à un salaire supérieur — coexiste avec un marché interne du travail et un marché professionnel. Les témoignages

¹⁷⁰ Lors d'une entrevue donnée à la presse, Jason Della Rocca, alors directeur exécutif de l'International Game Developers Association (IGDA), affirmait que « [...] for a lot of the large studios, the most important asset is the talent. To a large extent, the studios will follow the talent. » (cité dans : Kesmodel (2005). L'accès à un bassin de main-d'œuvre compétente et disponible est une préoccupation exprimée de manière récurrente par tous les dirigeants d'entreprise rencontrés. L'importance première de ce facteur de localisation pour les studios de développement en jeux vidéo est également confirmée par une étude américaine (Redman, 2005 :33). Cela dit, il va de l'évidence que d'autres facteurs entrent en jeu dans les décisions de localisation de ces entreprises; le succès de Montréal comme lieu d'élection s'expliquant certainement pour beaucoup par une fiscalité avantageuse, le bas coût relatif de la main-d'œuvre et une série de mesures incitatives mises de l'avant dès le milieu des années 1990 par les différents paliers de gouvernement au Québec.

recueillis sur le terrain le montrent clairement : l'allocation des emplois dans l'industrie des jeux vidéo obéit, au moins en partie, au mécanisme d'un tel marché, sur lequel n'hésitent d'ailleurs pas à miser les travailleurs les mieux cotés. Questionné sur les raisons de sa venue à Montréal, Benjamin, par exemple, raconte:

J'ai signalé à plusieurs personnes que je connaissais ici, des Français qui étaient déjà partis, mon désir de tenter l'expérience en Amérique. [...]. Moi, j'ai été le directeur artistique de [nom d'un studio], connu en France au niveau du *business* du jeu vidéo. Du coup, cela n'a pas été très difficile de voir qui j'étais, ce que je faisais et tout ce que j'ai à offrir. Du coup, très rapidement, les contacts sont tombés et ça s'est fait. J'ai pris ma décision en août. Les premiers contacts, les premières propositions étaient fin octobre. J'ai refusé les premières propositions pour des questions d'administration et aussi financières, parce que je voulais partir avec de bonnes conditions. [Benjamin, 34 ans, concepteur d'interfaces]

Du côté des « demandeurs de force de travail », cette question de la réputation et de la notoriété s'avère tout aussi centrale, s'agissant d'attirer à soi une main-d'œuvre rare et par ailleurs susceptible d'être fortement mobile. La suite de la réponse offerte par Benjamin à l'enquêteur montre comment se met dès lors en place une hiérarchie réputationnelle des firmes, mais aussi des territoires :

Alors que ce soit Dallas ou Austin, ou San Francisco ou Orlando ou Tooreg ou n'importe quelle ville aux États-Unis où il y des bons studios, j'étais prêt à tenter pour voir. À partir du moment où c'est un job intéressant. C'est vrai... En fait, depuis le début de l'année, je suis dans un processus pour peut-être trouver aux États-Unis. Donc, ce n'est pas la seule ville où j'aurais été susceptible de tomber. Également Los Angeles, San Diego évidemment, San Francisco et encore une fois à Orlando, chez Électronic Arts. Mais pour des raisons éthiques, je n'irais pas à Électronic Arts [rires], tout simplement. [Benjamin, 34 ans, concepteur d'interfaces]

S'il est donc permis de croire, à la suite de Florida, que certaines entreprises soient attirées par les lieux où se concentre un certain type de travailleurs, force est de constater que l'inverse demeure tout aussi vrai : même les actifs les plus mobiles ou possédant le type de capital humain le plus recherché par l'entreprise-employeur tiennent compte au moment du choix de leur localisation résidentielle de la structure industrielle des territoires d'accueil, en l'occurrence la spécialisation du territoire doublée d'une concentration des activités relatives à la conception industrielle vidéoludique. En somme, ce que les témoignages indiquent bien, c'est que « *successful cultural-products agglomerations, too, are irresistible to talented individuals who flock in from every distant corner in pursuit of professional fulfillment.* » (Scott, 2004: 468, qui renvoie lui-même à Blau, 1989; Menger, 1993; Montgomery et Robinson, 1993).

À une échelle plus micro, ce rapport instrumental à l'espace urbain se vérifie également dans les motivations d'ordre utilitaire ou pragmatique du choix de la localisation résidentielle, en particulier la recherche de proximité avec le lieu de travail. En effet, à une exception près (Jean), l'ensemble de nos travailleurs est à l'emploi d'un studio de développement localisé dans le noyau central de l'agglomération montréalaise et des avantages liés aux aspects pratiques de la proximité du lieu de travail (économies de temps, de coût de transport, possibilité d'alternatives à la voiture individuelle) sont souvent mis de l'avant pour expliquer l'attrait d'une localisation résidentielle centrale. Cela s'avère notamment pour les employés du studio de développement d'Ubisoft Montréal, localisé au cœur du Mile End, qui feront systématiquement valoir l'avantage qu'ils ont de pouvoir se rendre au travail à pied ou en vélo.

Comme nous le verrons dans la prochaine section, la persistance de facteurs classiques (ou « *hard* » *factors*) dans la détermination des choix de localisation (la taille du marché local du travail, les opportunités professionnelles, le niveau d'infrastructures...) ne veut toutefois pas dire pour autant que le rapport à l'espace urbain, s'il tend à être fonctionnel et pragmatique, repose sur une indifférence à l'égard du milieu résidentiel, ni que les décisions d'implantation ne fassent pas intervenir, aussi, des facteurs plus « *softs* », liés de manière générale à la qualité culturelle du cadre de vie.

La valorisation de la centralité résidentielle

Si les créateurs de jeux vidéo rencontrés sont unis dans leur rapport au travail par un réseau de représentations et de valeurs communes, la cohérence de ce groupe tient tout autant aux histoires résidentielles des personnes et, plus spécifiquement, au rapport – subjectif et affectif – qu'elles entretiennent à l'espace résidentiel d'adoption. En effet, l'analyse des récits permet de dégager des préférences et des aspirations résidentielles communes, mais aussi des perceptions des espaces de l'agglomération montréalaise comme milieux de vie étonnamment similaires.

Une opposition ville/banlieue fondamentale

Les régularités qui s'observent tiennent d'abord au fait que le vieux dualisme ville-campagne est massivement récusé au profit d'une représentation ternaire de l'espace résidentiel, dans laquelle c'est l'opposition ville/banlieue qui devient fondamentale. De fait, le jeu qui s'observe entre les systèmes de croyances et la valorisation/dévalorisation des espaces peut être compris à partir de cette opposition générique « ville » / « banlieue », qui s'est manifestée de

façon récurrente dans les récits recueillis. Ces termes (ville, banlieue) sont non seulement utilisés par les enquêtés en référence à un certain nombre de valeurs, mais ils sont le plus souvent utilisés explicitement dans un sens identitaire: un individu ou un groupe social est identifié à un lieu et, symétriquement, un lieu est identifié à un groupe ou à un individu.

Comme le rappelait récemment l'introduction à l'ouvrage *La banlieue revisitée* (Fortin, Després et Vachon, 2002), la banlieue présente une image idyllique plutôt figée chez la majorité de la population, du moins en Amérique du Nord, alors qu'elle se définit beaucoup par son opposé, à savoir la « ville ». Or, si l'analyse des témoignages des créateurs industriels de jeux vidéo confirme la persistance de représentations stéréotypées de la ville et de la banlieue, c'est bien cette fois la banlieue qui se voit affligée de tous les maux.

Plus exactement, cette opposition ville/banlieue structure les discours de nos enquêtés en fonction d'une conception dualiste, qui polarise les représentations dans deux univers sémantiques opposés et chargés très fortement de valeurs hiérarchisées : aux représentations négatives et stéréotypées de la banlieue — décrite comme culturellement pauvre, homogène dans son bâti comme dans sa structure sociale, conformiste au niveau des idées et des valeurs morales — répond en symétrie le mythe de la ville traditionnelle, dense et diversifiée dans sa forme comme dans son contenu, inventive et innovante. Le caractère systématique de cette conception dualiste de l'espace saute aux yeux. Le tableau ci-dessous résume l'essentiel de la structure d'oppositions des termes qui ont une forte valeur d'association.

Figure 5. Une conception dualiste de l'espace résidentiel

VILLE	BANLIEUE
Centre	Périphérie
Diversité / Mixité / Convivialité / Tolérance	Homogénéité / Conformité
Créativité / Inspiration / Innovation	Passéiste
Art / Culture	Culturellement pauvre
Original / Authentique / Singulier / Fou	Commun / Banal
Exceptionnel / Inhabituel / Insolite	Plate / Parfait
Baroque / Bigarré	Simple / Uniforme
Jeune / Vie	Mort

Cette structure d'oppositions ville/banlieue donne lieu à une critique spontanée de la vie banlieusarde en général, dans laquelle sont décriés aussi bien les aspects sociaux (la vie

sociale et culturelle) que les aspects environnementaux (le cadre physique), prêtés sans trop de distinction à l'ensemble des territoires du périurbain. De manière symétrique, elle induit des jeux d'associations symboliques ou identitaires fondés sur un rapport positif à la centralité urbaine (à la ville centre), celle-ci étant indissociablement liée dans les discours à la créativité, aux arts et à la culture : en tant que personne à l'esprit créateur, on revendique une identité urbaine et on se définit communément par opposition aux « banlieusards ». C'est ainsi que d'anciens résidents du périurbain expliquent d'une même voix leur décision de se relocaliser en « ville » par la nécessité de rompre avec un mode de vie suburbain jugé sclérosé, voire aliénant:

Moi je suis un citadin, un gars de ville, je ne voulais rien savoir de la banlieue. Je viens de là premièrement, de Saint-Jean-sur-le-Richelieu qui est quand même une des banlieues là... Donc, je l'ai vécu, moi, la vie de bungalow : avec le terrain en avant, en arrière, puis bon tout ça... C'est plate! C'est pas ça qui... ça ne m'inspire pas. Vivre la petite vie parfaite, ça ne m'inspire pas: je ne suis pas là pour ça, moi. Je suis là pour, justement, qu'on sorte de cette vie-là, plate. La ville, ce n'est pas ça. Pour moi, la ville, ce n'est pas ça. C'est autre chose : y'a une vie. Qu'on soit ici, je pense que ça a développé une certaine forme de créativité générale, d'être au milieu d'un quartier qui est... qui est créatif. [Thomas, 31 ans, directeur créatif]

J'ai l'âge d'être en banlieue mais je n'ai pas la mentalité pour y aller. Puis je ne sais pas si ça va venir un jour. Je pense même que j'aimerais mieux m'acheter de quoi en vraie campagne, quitte à faire de la route, vois-tu ce que je veux dire? Je ne vivrais pas dans une affaire de maisons cordées : pour moi, ça serait ma mort. Parce que je trouve qu'en tant qu'artiste, on dirait que là, ça serait ma mort artistique...j'ai l'impression qu'elle commencerait là. J'aimerais ça que la ville m'apporte encore tous mes stimuli artistiques. Je me fais demander d'être une référence culturelle puis je pense que si je vais vivre à Laval, je suis fait. Je peux plus être crédible. Pas être crédible envers les gens, crédible envers moi-même. [...] Fait que ça, je serais pas capable de le faire. [Francis, 30 ans, directeur artistique]

Je me considère comme quelqu'un de très urbain, c'est peut-être dur à quantifier puis à qualifier qu'est-ce qui fait que je suis urbaine : est-ce que c'est le fait que... Je ne sais pas? C'est vraiment... Mais je connais bien la différence entre les deux : j'ai vécu en banlieue toute mon enfance, et je sais entre autres (et surtout où moi j'ai été élevée), que la banlieue est beaucoup plus toute pareille, plus uniformisée, exactement. Moi, j'ai été élevée à Ste-Julie et puis, je devais avoir 15 ans la première fois que j'ai vu une personne de couleur noire. C'est sérieux. Et j'ai été dans des écoles, des quartiers où tout le monde était blanc, riche et catholique. C'est le principe du WASP, mais catholique! Alors qu'en ville, il y a des gens différents : je vais même aimer croiser des... il y a des fous à Montréal, puis je trouve que ça fait partie du quartier, ça fait partie de la couleur. Je me suis déjà assise au coin St-Denis et Mont-Royal à côté du Grand Antonio [un personnage devenu emblématique du milieu itinérant montréalais] pour lui parler, puis qu'il me donne une carte postale de lui. C'est quelque chose, puis c'est quelque chose que je suis contente qu'il fasse partie de mon univers, de là où j'habite. Est-ce que ça fait de moi quelqu'un de plus créative et quelqu'un de plus, comment dire,

de plus ouverte à l'innovation? Peut-être. Je ne le sais pas. Ça se peut. [Sophie, 30 ans, conceptrice de jeux]

Il faut bien voir ici que ce dualisme ville/banlieue sur lequel s'appuie l'inscription résidentielle dans la ville (le degré de valorisation de l'espace urbain) recouvre un schéma plus fondamental, car au noyau dur des représentations socio-spatiales des personnes, qui oppose les notions de centre et de périphérie. Pour le dire autrement, la ville centre « personnifie », en quelque sorte, une situation d'habitat favorable par opposition aux territoires de la périphérie¹⁷¹. De manière révélatrice, le degré d'attractivité de la ville centre (des espaces perçus comme centraux) ne semble pas diverger selon la position occupée dans le parcours de vie, que cette position soit appréhendée par l'âge ou le type de ménages. Ainsi, lorsque la famille s'agrandit et/ou que les enfants atteignent l'âge scolaire, le suburbain n'apparaît pas davantage une « terre promise ». Cela est clairement manifeste dans les récits et les parcours résidentiels de deux parents salariés (Sophie, Mathieu), qui vont à l'encontre d'une vue courante de la ségrégation socio-démographique dans la ville, selon laquelle l'arrivée d'un enfant détermine le plus souvent une relocalisation à la périphérie urbaine, du moins pour ceux qui entrent dans la catégorie des « ayant le choix ».

L'examen des « cas négatifs », en l'occurrence les habitants de la périphérie, permet de nuancer et raffiner l'analyse, sans pour autant la contredire. Deux ensembles de situations types se dégagent. Le premier de ces ensembles englobe des personnes habitant les territoires du suburbain, mais vivant à regret leur éloignement de la ville centre. Ces personnes épousent globalement les valeurs sous-jacentes au modèle dominant de localisation résidentielle chez les classes moyennes-supérieures nord-américaines : aspiration à vivre en maison individuelle, volonté d'accéder à la propriété... Or, sans que ces personnes manifestent un refus tranché de leur situation résidentielle, le « choix » du suburbain apparaît davantage relever chez elles d'un jeu de contraintes lié à la dynamique urbaine (l'offre résidentielle) et à des raisons économiques (l'ajustement revenus/prix fonciers et immobiliers) que d'une réelle préférence pour la périphérie. En effet, de leur propre aveu, la faiblesse de leurs ressources financières ne permet pas de faire coïncider localisation urbaine et aspirations résidentielles. C'est le cas d'un jeune ménage, d'un

¹⁷¹ Si, de manière générale, ces territoires de la périphérie sont ceux du suburbain, ils peuvent tout aussi bien renvoyer chez certains répondants à des espaces infra-urbains. Il en va ainsi, par exemple, de la Cité du Multimédia qui, bien que située dans la partie sud du centre-ville de Montréal (arrondissement Ville-Marie) est considérée par au moins deux personnes (Thomas et Naomi) comme étant « en dehors de la ville », pour reprendre les termes de l'une d'entre elles.

entrepreneur en phase de démarrage d'entreprise, ainsi que d'un travailleur en situation d'insertion professionnelle.

Le second ensemble de situations se présente comme le négatif du premier, alors que les valeurs et les aspirations vont cette fois clairement vers l'habitat suburbain ou périurbain. Mais si la distance à la ville est ici voulue et recherchée, c'est aussi pour, semble-t-il, opérer un retrait plus symbolique de la personne hors du monde du travail en général, et de la création industrielle vidéoludique en particulier. Chaque fois, en effet, où la désirabilité territoriale est celle d'espaces périphériques, les récits des travailleurs font état d'un attachement au travail en général et à leur situation d'emploi en particulier (au métier) qui s'est effiloché au fil du temps. Le désir de quitter le milieu professionnel de la création vidéoludique (Louis-Martin), du moins de marquer clairement ses distances par rapport aux exigences particulières de ce milieu ou univers professionnel (Jean, Vincent), précède dans tous les cas une relocalisation de la personne à l'extérieur du centre de la ville. Le parallélisme entre ces parcours biographiques est assez marqué pour renforcer, par une preuve *a contrario*, l'hypothèse d'un rapport identitaire au lieu résidentiel largement vécu à travers le prisme du métier (j'y reviens en fin de chapitre).

Une centralité culturelle à distance du centre-ville

Un second fait saillant qui se dégage de l'étude des perceptions de la ville comme milieu résidentiel tient au fait que les éléments d'appréciation mis de l'avant renvoient communément à des valeurs d'urbanité (mixité, convivialité, animation...), mais aussi à des valeurs d'émancipation : l'exception, l'unicité, la marginalité, voire l'étrangeté sont reconnus positivement. De manière conséquente, si la centralité urbaine est bel et bien synonyme de vie culturelle chez nos travailleurs, cette centralité ne se définit pas ou peu en référence aux grandes institutions culturelles du centre-ville (le Musée des Beaux-Arts, le Musée d'art contemporain, l'Orchestre symphonique...), ni même à ce récent Quartier des Spectacles vendu à grand renfort de slogans publicitaires comme le « cœur du Montréal culturel ».

Cela se lit d'abord dans les récits des travailleurs immigrés qui, de manière récurrente, filent le thème de l'attractivité résidentielle à travers l'offre culturelle en mettant en exergue la plus-value d'une image de marque forgée à même le dynamisme de l'« *underground* » artistique montréalais, en particulier celui de la scène musicale indépendante. Les propos de cette *game designer* d'expérience, formée aux États-Unis et exilée depuis peu à Montréal, sont à cet égard exemplaires:

[interviewer]: Is it important for you to work in a city like Montreal that has some kind of a reputation?

[Naomi]: Yeah, it kind of is, and not necessarily just in game development. Montreal has a really strong reputation right now in the music scene, like independent music. Lots of bands are from here, and it has a very strong cultural reputation. When I moved to Austin, it was because it had a really strong Internet, up-and-coming technology reputation and a good school and it's the capital, things like that. So, although I may not know everything about a city, I try to kind of get a sense of what it's about and where it stands relative to other cities and what its flavor is like. So, it kind of has to have that reputation for me to have gotten that impression. **[Naomi, 35 ans, conceptrice de jeux]**

Interrogé sur les raisons de sa relocalisation au nord-est de l'arrondissement Plateau Mont-Royal peu de temps après son arrivée à Montréal, Sean affirme à son tour l'attrait exercé par une offre culturelle qui niche à distance du centre-ville et des hauts lieux de la culture institutionnelle ou institutionnalisée :

[interviewer]: What is the main reason you moved here? Is it because of the job here or...?

[Sean]: Well it's both, it's to be closer, but not in the downtown part of the city but closer to the cultural sort of center of the city. **[Sean, 32 ans, directeur créatif]**

À l'échelle de la compétitivité internationale des villes comme à l'échelle infra-urbaine de l'agglomération, l'attractivité résidentielle par la culture apparaît ainsi être le fait d'une centralité sensiblement désaxée par rapport à ce qui est depuis longtemps sa représentation « idéale », du point de vue fonctionnel comme dans ses aspects symboliques.

Les hypothèses et les observations présentées dans les paragraphes qui suivent reposent plus spécifiquement sur l'exploitation des récits de pratique de dix cas de référence. Tous ces « cas » ont en commun de résider sur l'île de Montréal, mais aussi d'habiter ce même quadrilatère où réside Sean. La majorité des personnes (6), mais pas toutes, est à l'emploi du studio Ubisoft Montréal, installé dans le quartier depuis 1997¹⁷². Invitées à parler du lieu qu'elles habitent (l'enquêteur prenant soin de ne pas le nommer avant eux), elles privilégieront pour l'identifier la dénomination « Mile End », de préférence à toutes autres

¹⁷² Depuis sa création en 1997, ce studio a vu croître ses effectifs de façon constante. Il constitue aujourd'hui, avec plus d'un millier et demi d'employés à son service, le plus important studio de développement interne pour la multinationale française du jeu vidéo, et le plus important employeur dans le secteur à Montréal. Dès sa première année d'opération, le studio occupe ses espaces actuels, c'est-à-dire une ancienne usine de textile située à l'angle du boulevard Saint-Laurent (à la limite est du Mile End) et de la rue Saint-Viateur (principale artère commerciale du quartier).

dénominations logiquement possibles. Ce « Mile End » possède à l'évidence des frontières plus symboliques que physiques et, d'ailleurs, il est systématiquement défini par opposition à d'autres territoires investis en symboles : la « banlieue », le « Plateau », la Cité du Multimédia. L'intérêt de s'attarder sur la manière de vivre et de voir ce quartier urbain réside dans le fait que celui-ci est manifestement érigé par ses habitants en synecdoque de la ville créative et innovante. Pour reprendre les mots d'un de nos interlocuteurs, le quartier « bigarré » et « créatif » du Mile End, « c'est en plein le cœur de la ville ! » [Thomas, 31 ans, directeur créatif].

Il vaut voir à cet égard que, s'il se caractérise d'abord par une forte coloration ethnoculturelle et un décorum « populaire » ou ouvrier, le Mile End est aussi connu depuis ces dernières années comme un quartier à vocation largement artistique. Durant les décennies 1980-1990, des ménages appartenant à des catégories socioprofessionnelles proches du monde de la création (artistes plasticiens, musiciens, écrivains, cinéastes, étudiants et enseignants) y élisent domicile, tandis que les graffitis et d'autres formes d'art de rue envahissent progressivement le paysage urbain. En 2004-2005, au moment où fut menée la campagne d'entretien, le quartier compte de nombreux petits commerces, cafés, restaurants, bars, salles d'exposition et de concert, galeries d'art, ateliers et boutiques de designer, tous nés spontanément, en dehors d'une volonté planificatrice. Le Mile End est notamment célébré par les connaisseurs comme le haut lieu de la scène musicale indépendante montréalaise, le Café Olympico et la Casa Del Popolo prenant à cet égard valeur de lieux emblématiques¹⁷³. L'annexe IX montre en images des éléments caractéristiques du quartier.

À l'évidence, le succès du Mile End comme lieu d'élection d'une frange de la population enquêtée tient pour une bonne part à un imaginaire contestataire ambiant, qui se nourrit de la présence ostensible d'une concentration naturelle d'artistes de l'*underground* et puise à même les récits mythiques de la bohème ou de l'artiste maudit. À travers les lieux et les diverses manifestations de cette « marginalité créatrice », se lit un mode de vie distinctif (« *ici, c'est vraiment le trip artistique* »), auquel on cherche manifestement à s'identifier :

¹⁷³ Le Café Olympico (ancien Open da Night) et la Casa Del Popolo, parmi d'autres bars et petites salles de spectacle du Mile End opérant souvent de manière plus ou moins légale, seront au tournant des années 2000 le berceau d'une nouvelle vague rock avant-gardiste qui, très rapidement, occupera le devant des scènes artistiques locale, nationale puis internationale.

[...] tu vas au café Olympico, à côté, puis d'avoir des gars comme Di Salvio, Jean Leloup autour de toi, o.k., on fait partie de la gang : « Finissez mon café ! ». Puis nous, on parle de création, aussi. On parle de jeu, c'est de la création, des idées : « Comment je vais faire pour tel concept, comment je peux arriver à... ». On est dans... c'est notre quartier ! Puis on a parlé éventuellement, tu sais, on [Ubisoft] avait parlé de déménager. On a dit : « Non. Allez pas nous mettre à Laval dans un coin industriel, on va virer fou nous autres! ». [**Thomas**, 31 ans, directeur créatif]

Une même logique d'attachement et d'identification au Mile End se lit dans les propos de Francis:

Le quartier. J'aime vraiment. Puis c'est pour ça que je suis venu à Montréal : j'adore le Plateau, le Mile End en fait, même si c'est plus cher. Moi, je trouve ça cool. Le Plateau, je commence à trouver ça trop commercial. J'aime mieux le Mile End. Ici, c'est vraiment le trip artistique, j'aime bien ça. Le Plateau n'est plus culturel partout, il y en a juste pour faire de la business : des Subways, des Tim Hortons puis des affaires de même. Le monde, ils vont chercher des trucs culturels dans le Mile End: à la Casa Del Popolo, des trucs de même. [**Francis**, 30 ans, directeur artistique]

Interrogée sur les raisons qui l'ont conduit, elle et son conjoint, à établir domicile dans le Mile End plutôt que dans tout autre quartier potentiel sur l'île de Montréal, Naomi résume en peu de mots les éléments caractéristiques d'une offre résidentielle attractive pour la grande majorité des travailleurs rencontrés:

Were excited about Mile-End [...] What was it? I don't know; it was St-Viateur, like, walking down and seeing all the strange little shops. And we were walking down, and there was some guy sitting on his balcony playing an accordion or something; so it was just like: "Wow, we're in another world." And there are all these cute little cafes on the corners, but it doesn't feel "gentrified", I guess. It's not Starbucks, it's like a local business; and there'll be a smattering of nice restaurants and then really trashy ones, or the bagel shop, or some really bizarre clothing store that always is going out of business even though it's been going out of business for like a year or... Just the real diversity on the street, the diversity of cultures, like all the different restaurants... and the church is so fantastic-looking. So, it was just really charming. [**Naomi**, 35 ans, conceptrice de jeux]

À l'instar de Francis et Naomi, plusieurs enquêtés au sein de notre échantillon font référence pour décrire leur habitat préférentiel à une série de discours remettant en question les valeurs de la « société de consommation » au profit de valeurs alternatives, plus qualitatives ou « post-matérialistes », privilégiant la résistance au tout marchand, la préservation de la singularité de la culture, la différence, l'émergent, le non-conformisme. Si le schéma de localisation résidentiel des habitants du Mile End apparaît spatialement plus sélectif que celui de l'ensemble de nos travailleurs, il semble à cet égard ne traduire que de manière exacerbée un même goût pour le mélange social, la diversité culturelle et les ambiances de la « marginalité créatrice ».

Espace, identité, statut

Comment expliquer le fort parallélisme entre les récits de nos travailleurs ? Quelle logique se cache derrière les récurrences de leurs expériences résidentielles individuelles ? Comment interpréter des décisions de localisation résidentielle fondées sur la recherche apparente d'un mélange social et culturel, ainsi que d'une certaine marginalité artistico-culturelle ?

Un choix résidentiel socialement distinctif

Les sciences sociales en général, la géographie sociale et la sociologie urbaine en particulier, invitent à voir dans le profil singulier de ces travailleurs l'expression particulière d'une « nouvelle classe moyenne », associée au mouvement de reconquête des centres-villes qui s'observe dès les années 1970 des deux côtés de l'Atlantique. Les analyses localisées de cette catégorie sociale, dont on ne cesse aujourd'hui de souligner le caractère composite, alimentent depuis plus d'un quart de siècle un vaste débat sur le thème de la « gentrification » des espaces centraux urbains.

Retour sur un concept multiple

Dans la définition devenue canonique donnée par la sociologue anglaise Ruth Glass (1964), la gentrification désigne un processus de profonde transformation physique, sociale et culturelle de quartiers urbains anciennement populaires, par l'arrivée de nouveaux habitants appartenant aux classes moyennes à supérieures¹⁷⁴. Classiquement, le phénomène est décrit à partir d'un modèle séquentiel d'analyse, comportant de trois à quatre étapes au cours desquelles se succèdent, de manière typique mais non limitative, des groupes ou des catégories sociales différents de leurs prédécesseurs en termes de profil sociologique (statut socio-économique, modes de vie).

Suivant ce modèle idéal-typique, une première forme de gentrification implique des classes moyennes stratifiées en classe inférieure et en classe supérieure. Les acteurs originels du retour au centre exercent des professions intellectuelles ou artistiques, œuvrent en dehors

¹⁷⁴ « One by one, many of the working class neighborhoods of London have been invaded by the middle-classes—upper and lower. Shabby, modest mews and cottages—two rooms up and two down—have been taken over, when their leases have expired, and have become elegant, expensive residences [...] Once this process of 'gentrification' starts in a district it goes on rapidly, until all or most of the original working-class occupiers are displaced and the whole social character of the district is changed. ». (Glass, 1964: xviii-xiv., cité dans: R. Atkinson et G. Bridge, 2005 : 4).

du secteur privé et sont le plus souvent situés à gauche sur l'échiquier politique. Bien que ces nouveaux résidents disposent de ressources financières passablement modestes, leur niveau de scolarité et leur statut professionnel les distinguent néanmoins de la majorité des « autochtones ». Une seconde vague de gentrificateurs suit de près. Ces gentrificateurs de deuxième génération s'implantent dans des quartiers encore mixtes socialement. Ils occupent des emplois dans des secteurs du tertiaire avancé, mais mieux rémunérés et moins précaires : industries culturelles au sens large, professions libérales, jeunes cadres, etc. L'expansion dans les quartiers centraux de ces deux premières catégories socioprofessionnelles annonce typiquement une gentrification généralisée ou de luxe, qui correspond à l'embourgeoisement proprement dit des quartiers centraux, avec l'arrivée de ménages appartenant aux couches de statut socio-économique les plus aisées (cadres supérieurs du secteur privé, par exemple).

Chaque étape du processus dure de deux à cinq ans et présente un caractère irréversible. La dynamique est « souvent stimulée par l'État, par le secteur immobilier et par les regroupements de commerçants » (Rose, 2006), si ce n'est par les médias (Podmore, 1998). À terme, la gentrification a pour conséquence l'appropriation ou la réappropriation des quartiers anciens centraux, par et pour des groupes socialement plus favorisés que leurs habitants ou leurs usagers préalables. Cette « reconquête » de la ville centre par les classes supérieures est aussi une reconquête immobilière, qui s'accompagne le plus souvent d'évictions directes ou indirectes des populations d'origines et, plus largement, des catégories faibles et intermédiaires. Si les études les plus récentes s'efforcent de démontrer, à des échelles comparatives variées, que, dans le temps et dans l'espace, « *gentrification is not the same everywhere* » (Lees, 2000: 398)¹⁷⁵, dans le cas qui nous occupe, ce modèle idéal-typique fournirait néanmoins toujours des indications précieuses, dans la mesure où il fait ressortir des observations empiriques le rôle joué par les artistes et les acteurs culturels comme agents potentiels de requalification urbaine et, ultérieurement, vecteurs non négligeables de revivification économique.

¹⁷⁵ « Si le phénomène concernait, au départ, les quartiers résidentiels centraux et populaires « colonisés » par les classes moyennes supérieures, la spatialité de la *gentrification* et son analyse se déclinent aujourd'hui de manière beaucoup plus variée. La *gentrification* concerne des contextes nationaux de plus en plus nombreux (Bidou-Zachariasen, 2003; Atkinson et Bridge, 2005), [mais aussi] les différents échelons de la hiérarchie urbaine (Van Weese, 1994), des espaces ruraux (Phillips, 2004), des espaces touristiques (Gotham, 2005), ainsi que des quartiers centraux élités par le passé puis super ou « regentriés » (Lees, 2003). L'hypothèse implicite dans ces différents travaux est, bien entendu, que ces processus ne sont pas de nature universelle, mais prennent des formes liées aux contextes nationaux, régionaux et locaux de leur apparition ». (Rérat *et al.*, 2008: 43).

David Ley (1996; 2003b) insiste sur ce rôle « pionnier » joué par les artistes dans les processus de gentrification. Les données statistiques sur l'évolution du peuplement des quartiers urbains centraux lui donnent raison aux États-Unis (Gale, 1984), comme au Canada: « *in the four largest Canadian cities, the presence of artists in a census tract has been one of the strongest statistical predictors of subsequent gentrification in that tract* » (Ley, 1996). Dansereau (1988) montre également que les artistes et les catégories sociales proches du monde de la création s'avèrent systématiquement surreprésentées parmi les figures pionnières du mouvement de rénovation urbaine et sociale qui s'observe à Montréal. Mettant en garde contre toute généralisation empirique excessive, Hamnet (2003) souligne pour sa part que la relation entre artistes et gentrification n'est pas inévitable, mais est fréquente.

Les modèles théoriques de la « gentrification », en particulier les approches plus « culturalistes », reconnaissent ainsi depuis longtemps aux artistes, en tant qu'acteurs collectifs, un rôle important dans la dynamique urbaine : par leur insertion spatiale, ils établissent ou rétablissent l'image d'un lieu, lui donnent une plus-value attractive, du moins pour certaines fractions des catégories sociales supérieures. Dans la voie ouverte par Sharon Zukin et ses travaux pionniers sur le « *Loft Living* » comme nouvel habitus résidentiel (Zukin, 1989 [1982]), on cherche à montrer que, pour une probable nouvelle bourgeoisie parée de l'esthétique contestataire soixante-huitarde, la ville représente ainsi non seulement le lieu par excellence de pratiques de consommation culturelle socialement différenciées, elle devient en elle-même un objet de consommation et de distinction sociale¹⁷⁶. L'occupation antérieure du territoire par l'art et les artistes de l'avant-garde et, plus largement, par la culture « populaire » de minorités ethniques plurielles, permettrait en effet à ces néo-bourgeois de consommer des services et des produits spécifiques, mais aussi un décor

¹⁷⁶ David Ley (2003a: 2536-2537 et 2542) attribue à la convergence de trois grands facteurs socio-historiques la revalorisation de la centralité urbaine et de ses ressources culturelles par ce qu'il est convenu d'appeler les « nouvelles classes moyennes ». Le phénomène, qui s'observe durant la période des années 1960 au début des années 1980, met plus spécifiquement en cause: 1/ une cohorte générationnelle importante (les babyboomers), qui bénéficie des premiers efforts de démocratisation de l'éducation, en particulier d'une socialisation aux arts et à la culture par le biais de l'institution scolaire; 2/ un contexte économique favorable au développement d'une société de loisir, faisant en sorte que de plus en plus d'individus disposent de la double ressource, culturelle et économique, que requiert la pratique de loisirs culturels mais aussi du temps nécessaire pour s'y consacrer; 3/ l'émergence de nouveaux mouvements sociaux et la montée en puissance d'un sentiment anti-capitaliste (dans la foulée des révoltes étudiantes de mai 1968), qui érige la culture en « contre-pouvoir ». Pour Ley, ces trois facteurs, pris isolément ou dans leur ensemble, rendent plus sensibles à la séduction qu'exerce la détention du capital culturel (au sens de Pierre Bourdieu) et, partant, aux caractéristiques propres aux quartiers anciens centraux d'une grande ville (la diversité sociale et culturelle, la densité des activités urbaines, etc.).

urbain et une ambiance singulière, en accord avec les valeurs et les références culturelles que ces derniers valorisent. Aussi:

The population that follows artists does not enter the field haphazardly but in a succession that is shaped by their proximity to the aesthetic disposition and cultural competency of the artist. The aesthetic appropriation of place, with its valuation of the commonplace and off-centre, appeals to other professionals, particularly those who are also higher in cultural capital than in economic capital, and who share something of the artist's antipathy toward commerce and convention. Like the artists they are indifferent to the charm of suburban life, and have stretched an alternate topography of meaning across the space of the metropolis. (Ley, 2003b: 17).

Vue sous cet angle, la mixité sociale est rendue possible par le partage d'une forme de décalage aux normes sociales dominantes ailleurs, notamment la culture d'une bourgeoisie traditionnelle qui trouve par excellence à loger dans les grandes institutions du centre-ville. En somme, la valorisation des territoires de la « marginalité créatrice » s'apparente à un goût, socialement déterminé (Bourdieu, 1979), et en partage la fonction inconsciente de distinction sociale (entre autres: Clerval, 2008).

Mes résultats tendent à corroborer ces analyses. Les valeurs et les pratiques mises de l'avant par les travailleurs rencontrés correspondent en effet globalement à celles souvent attribuées à ces gentrificateurs résidentiels de seconde génération, porteurs des valeurs d'une « contre-culture urbaine » des années 1960 : convivialité, authenticité (des gens, des relations, des bâtiments...), avant-gardisme et altérité, exotisme, voire découverte de l'étrangeté et de la nouveauté (Simon, 1997 ; Ley, 2003a). D'autant plus que la valorisation de la centralité urbaine et de ses ressources culturelles va bien ici de pair avec une critique sévère de la banlieue moderniste et fonctionnaliste investie par la classe moyenne traditionnelle, mais aussi des quartiers bourgeois ou « gentrifiés » de la ville centre. Il se pourrait donc bien que le Mile End bohème et métissé des années 2004-2005 offre l'occasion à une certaine classe moyenne contestataire « *d'y trouver la possibilité d'une expression d'une identité sociale particulière, par des pratiques de consommation stylisées, détachées du luxe classique et de la consommation de masse* » (Deligne et al., 2006). Cette « quête à la distinction » expliquerait, à plus large échelle, la valorisation de la ville culturellement riche et diversifiée comme lieu de vie, et du style de vie qui va avec.

Les constats effectués sur le terrain gardent toutefois de réduire l'explication aux seuls intérêts de classe des couches moyennes supérieures et aux processus de leurs différenciations internes.

Travail et territoire

Dans sa critique des thèses de Richard Florida, Markusen (2006) développe à l'aide du cas exemplaire des artistes professionnels états-uniens¹⁷⁷ l'argument selon lequel le rapport au lieu de résidence — en l'occurrence, les préférences résidentielles, le rôle dans le développement économique urbain et l'implication dans la vie politique locale — est susceptible de varier fortement selon les cadres organisationnels et institutionnels particuliers de chaque métier et secteur d'activité. Markusen soutient plus exactement que, contrairement notamment aux ingénieurs et aux scientifiques qui, eux, se localisent massivement dans les espaces suburbains, les créateurs artistiques ont plusieurs raisons de préférer les espaces denses de la ville centre, alors que des considérations d'ordre professionnel (marché, formation, débouché, etc.) dictent les décisions de localisation. Par conséquent, la théorie du « capital créatif » serait mieux venue si, déjà, elle ne concernait que les artistes.

Cette ligne critique est reprise et nuancée à partir de questionnements plus spécifiques à la géographie de l'innovation. À la suite d'un groupe de géographes économiques suédois (Asheim, Vang-Lauridsen et Hansen, 2005; Asheim, Coenen et Vang, 2007), un certain nombre d'auteurs (Cooke et Lazzarotti, 2008b ; Spencer, 2008 ; Liefoghe, 2009; Rantisi et Leslie, 2009) défendent aujourd'hui la nécessité de décomposer la classe créative selon la nature des connaissances engagées par l'activité professionnelle. Sur le postulat voulant que le processus de production de connaissance diffère selon le type de connaissance en jeu, les activités économiques à forte composante en savoir sont classées en trois grandes catégories : analytique, synthétique et symbolique. Suivant les distinctions opérées par Bjørn Asheim, Lars Coenen et Jan Vang :

The analytical knowledge base comprises (predominantly scientific) knowledge that is geared to understanding and explaining features of the (natural) world. The synthetic knowledge base refers to the predominantly engineering knowledge involved in the design and construction of solutions to human problems which is often instrumental, context specific, and practice related. The symbolic knowledge base deals with the creation of cultural meaning through transmission in an affecting sensuous medium. (Asheim, Coenen et Vang, 2007 : 660–661).

¹⁷⁷ Sont considérés parmi la population artiste, les artistes visuels (*visual artists*), les artistes de la scène (*performing artists*), les musiciens et les compositeurs (*musicians and composers*), les écrivains et auteurs (*writers and authors*). La définition de cet ensemble s'appuie sur les codes des services du US Census Bureau et du Bureau of Labor Statistics.

Ces trois types de connaissance (analytique, synthétique et symbolique) sont associés à autant de stratégies spatiales spécifiques; les artistes professionnels et autres manipulateurs de connaissances symboliques étant les plus enclins, d'après cette analyse, à une localisation urbaine en zone centrale. L'explication lie la propension à vivre en « ville » à la conduite d'activités professionnelles (publicité, design, mode...) axées sur la production incessante d'innovations culturelles et/ou la valorisation économique des aspects communicationnels des produits finaux (ce qui, cette fois, entraîne bien au-delà des seules activités artistiques professionnelles considérées par Markusen et les systèmes standards de classification « occupationnelle »). Reprenant les hypothèses évoquées au chapitre 2 sur les relations entre aménagement urbain et développement économique, mais aussi sur le rôle de l'environnement urbain dans la stimulation du processus créatif individuel, on fait valoir que, outre une organisation par projet, une composante tacite forte caractérise ces activités, qui se nourrissent largement d'échanges d'informations et de connaissances non codifiées, de rumeurs, d'impressions. Aussi :

Face à face et buzz sont nécessaires à l'échange d'informations et de connaissances. Le besoin de proximité spatiale plaide pour une localisation urbaine où les possibilités de rencontres informelles et diversifiées sont favorisées par l'existence de bars, concerts, conférences, salons, et autres arènes informelles de discussion. La qualité de vie est ainsi susceptible d'attirer les créatifs dont ont besoin ces industries. (Liefoghe, 2009: non paginé).

Les résultats obtenus sur le terrain montréalais de l'industrie du jeu vidéo mettent en doute l'existence de réseaux socio-productifs d'échanges créatifs largement informels et « ouverts ». Ils étayent néanmoins la plausibilité d'une utilisation de l'espace à des fins productives qui, de fait, ne réduit pas le territoire à être travaillé par la pratique de la distinction sociale. Les travailleurs rencontrés se sont montrés préoccupés par la recherche d'espaces centraux qui soient attractifs en termes de possibilités d'emploi, mais aussi en termes de degré de stimulation intellectuelle et sociale dans leur domaine. Tel qu'on l'a vu au chapitre précédent, l'adhésion commune à une certaine conception du travail de création dispose à la consommation paysagère et enjoint à pratiquer la « ville ».

L'imbrication qui s'observe entre l'espace de vie et l'espace de référence identitaire appelle une remarque supplémentaire, puisque l'inscription spatiale de nos travailleurs semble en outre participer des modalités d'auto attribution d'une identité « artiste », dont la cohérence serait par ailleurs trouble ou mal assurée. En effet, le métier est un vecteur identitaire fort chez ces personnes et le mythe de l'artiste romantique constitue un point d'ancrage et un référentiel important pour la construction des identités. Les représentations de

l'appartenance à un groupe à l'avant-garde culturelle, doté d'une sensibilité rarement qualifiée d'artistique mais dont la parenté avec elle est suggérée, sont d'ailleurs récurrentes dans les récits recueillis :

You know, I was an experimental author and in a lot of ways, games are just really, for me, just an extension of that, like whether it's the story in the game or just creating a space that enables the player to create a narrative experience for himself. Really they are very related. So I really look at game, or at least partially, from that perspective.
[Sean, 32 ans, directeur créatif]

Il y a un potentiel extraordinaire [à l'interactivité]. Et d'ailleurs, je m'en rends compte, ça fait quand même 10 ans que je suis là-dedans, puis chaque nouveau projet, c'est complètement tout à réapprendre et tout à refaire. C'est énormément stimulant. Beaucoup plus que si j'étais en télévision ou en cinéma ou même en littérature.
[Alexandre, 34 ans, entrepreneur]

C'est comme si on était des artistes sur chevalet, mais virtuels. C'est un peu la nouvelle technique et je pense que pour l'instant c'est un concept assez avant-gardiste.
[Benjamin, 34 ans, concepteur d'interfaces]

Cette volonté de s'ancrer dans le champ artistique et d'y puiser des ressources identitaires invite à établir un lien entre l'espace social des appartenances professionnelles et l'identification au métier, d'une part, et les identités spatiales revendiquées et construites, d'autre part. La localisation résidentielle dans les espaces associés à la marginalité créatrice se pose clairement comme génératrice de sens et d'identité. Elle renforce le sentiment d'être soi-même « ouvert à l'innovation » (identité personnelle), de posséder les atouts requis pour bien faire son métier (identité professionnelle) et de « faire partie de la gang » (identité sociale).

Vu sous cet angle, l'enjeu résidentiel du cadre de vie semble être d'autant plus crucial que, en excluant toute prise de position éthique ou esthétique, la situation « objectivée » des créateurs industriels du jeu vidéo souffre d'un manque de reconnaissance à la fois juridique, sociale et artistique. Au Québec, du moins, les créateurs salariés sont exclus du régime du droit d'auteur; la reconnaissance de l'art numérique, dans et par le champ de l'art contemporain, est objet de débat ; enfin, les jeux vidéo ont, littéralement, mauvaise presse auprès du grand public, puisque largement associés à la violence, à l'insociabilité et au machisme. En entretien, les travailleurs rencontrés avoueront d'ailleurs leur amertume face à l'indifférence des médias québécois (du grand public en général) envers leur travail de création, et accuseront les pratiques en vigueur dans leur industrie : « *le problème dans l'industrie, c'est que les créatifs ne sont pas mis de l'avant* » [Francis, 30 ans, directeur

artistique]. Il se pourrait donc bien que, pour des créateurs qui se veulent eux-mêmes à l'avant-garde de l'expression culturelle, la localisation dans les espaces reconnus de la marginalité créatrice (une ville, un quartier...) soit l'occasion de mettre en jeu de façon affirmative une identité valorisante d'individu « créatif », au moment où l'évaluation sociale de leur activité professionnelle ne coïnciderait pas avec la « juste place » que celle-ci devrait avoir dans la hiérarchie des activités.

Conclusion

L'examen des données censitaires (CNP, 2001) met en évidence une similitude entre le schéma de localisation des artistes professionnels et celui des créateurs industriels du multimédia, aux différentes échelles géographiques de la structure métropolitaine montréalaise. Par rapport à l'ensemble de la population active expérimentée et comparés l'un à l'autre, ces deux sous-groupes de profession s'avèrent pareillement ségrégués à travers l'espace métropolitain, c.-à-d. inégalement répartis, concentrés et centralisés spatialement. Ce profil ségrégatif commun s'observe à une très petite échelle lorsqu'on compare la situation des artistes professionnels à celle des travailleurs du jeu vidéo composant l'échantillon de l'enquête qualitative.

Au regard des caractéristiques socioculturelles et socio-économiques des espaces résidentiels privilégiés par ces créateurs industriels, les valeurs et les préférences affirmées dans l'espace du discours (la multiculturalité, l'accès à l'art et à la culture, la densité et la diversité de la vie urbaine et culturelle) sont cohérentes avec la situation et la composition des espaces d'habitat recherchés. Dans les descriptions des lieux de vie habités ou recherchés, est d'ailleurs évoquée de manière récurrente l'idée de territoire d'appartenance, de territoire identitaire, d'identité territoriale.

Cette aspiration à vivre en « ville », dominante dans la population enquêtée, peut se comprendre comme la traduction spatiale des classements et des distinctions de classes. L'investissement résidentiel repose sur des logiques sociales proches de celles qui s'observent chez une certaine fraction des « nouvelles classes moyennes urbaines » issue des mouvements contre-culturels des années 1960, qui a réussi et leur a probablement transmis un certain nombre de valeurs « distinctives ». En revanche, d'autres logiques apparaissent davantage relever d'une réarticulation des sphères résidentielles et des sphères professionnelles, qui renseignent sur les tendances récentes de l'évolution des économies urbaines due à la montée rapide et soutenue des industries dites créatives.

L'étude des perceptions de la ville comme milieu résidentiel montre en effet que s'établissent des correspondances ou des complémentarités entre lieu de vie et lieu de travail, alors qu'un mode de vie centré sur l'activité de création engage un rapport particulier à la ville centre et à ses ressources culturelles. Les avantages d'une localisation centrale relèvent d'un rapport fonctionnel et pragmatique (opportunités professionnelles, niveau des infrastructures, stimulation intellectuelle et sociale...), mais convoque également des dimensions symboliques et identitaires. De l'avis même des premiers intéressés, la ville, à tout le moins l'héritage de la ville traditionnelle dense et diversifiée, constitue le « biotype » par excellence, l'« écosystème naturel » pour la conduite d'une activité créative et innovante.

À cet égard, les marqueurs culturels du territoire représentent clairement des caractéristiques qualitatives de l'identité et de l'attractivité montréalaise. Construite aujourd'hui de manière largement intentionnelle par le discours public et médiatique, l'image de Montréal comme ville culturelle et créative alimente la production des représentations de la ville, circule largement et catalogue Montréal. De fait, elle pourvoit la ville d'une attractivité résidentielle acquise par le jeu de la réputation. Aux yeux des travailleurs rencontrés, cette attractivité s'avère toutefois plus particulièrement le fait d'une centralité urbaine sensiblement désaxée par rapport à ce qui est depuis longtemps sa représentation idéale, du point de vue fonctionnel comme dans ses aspects symboliques. Les marqueurs culturels de la ville s'incarnent en effet par excellence dans les structures d'un milieu culturel informel; la centralité décalée des lieux d'une culture marginale ou marginalisée, et principalement soutenue par le commerce (bars, cafés, salles de concert...).

Ces résultats traduisent sans doute les valeurs et les aspirations d'une fraction très spécifique des couches moyennes et moyennes supérieures, y compris celles participant du « retour en ville ». Ils offrent néanmoins un contre-argument à l'objection soulevée par nombre des détracteurs des thèses de Richard Florida, selon laquelle les espaces centraux des villes culturelles à l'atmosphère bohème et métissée ne sont pas plus attractifs pour les membres de la classe créative que les espaces du périurbain. À l'évidence, les classes moyennes ne constituent pas des entités socialement et spatialement homogènes. La première conclusion à en tirer est sans doute celle de Markusen: « *To the extent that creativity is embedded in workers who make independent location decisions, which is plausible, it is best studied occupation by occupation.* » (Markusen, 2006: 1925). Ce qui implique aussi, pour éviter toute généralisation excessive, d'examiner avec soin les catégories socio-professionnelles pouvant être regroupées sous le couvert de la créativité artistique/esthétique et de l'innovation culturelle.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Ce chapitre conclusif revient sur les questions posées par la problématique de départ, synthétise les principaux éléments mis à jour lors de la recherche et identifie des thèmes qui mériteraient de faire l'objet de recherches futures. Avant de discuter les constats tirés de l'analyse des données de terrain, quelques remarques concernant la démarche analytique d'ensemble seront formulées.

Contexte et problématique de la recherche

Ce travail de thèse résulte de l'intérêt inédit qui a émergé au cours de la dernière décennie à l'égard des actions culturelles territorialisées alignées sur des politiques industrielles, d'innovation et d'aménagement du territoire, tant au sein du champ scientifique qu'auprès des décideurs publics, en Amérique du Nord comme en Europe occidentale et bien au-delà. On a vu au premier chapitre que, avec des variations importantes selon les territoires, cet intérêt est porté par un réseau complexe de facteurs et de conditions, dont trois principaux éléments en tissent la trame: 1/ la « désindustrialisation » ou la « post industrialisation » des économies régionales et urbaines, qui incite à recourir à des leviers moins traditionnels pour promouvoir un territoire et améliorer ses résultats économiques; 2/ l'explosion des marchés culturels et des médias, qui recoupe par ailleurs une diversification des styles de vie et de la consommation culturelle; 3/ un processus général de décentralisation des politiques publiques, qui donne aux villes un rôle sans précédent en matière de planification des politiques culturelles et de soutien aux arts.

Ces trois grandes tendances, qui ne datent pas d'hier, auraient pu continuer à évoluer en parallèle. Leur conjonction récente a été favorable à l'émergence de thèses et hypothèses qui, à mi-chemin des mondes de l'action publique et de la recherche scientifique, se sont montrées généralement optimistes face aux vertus économiques et territoriales de la culture. Il en va ainsi tout particulièrement de cette hypothèse de la « nouvelle économie » qui, dans son articulation plus récente au thème de la créativité des villes, sert la promotion d'approches et d'actions du développement culturel local aux objectifs largement externes ou « extra-culturels ». Suivant les prescriptions des nouveaux « gourous » de la pensée urbaine, les villes sont de plus en plus nombreuses à miser sur le dynamisme de leur vie culturelle, envisagée tout à la fois comme vaste vivier de talents et de créativité sur lequel

asseoir le redéploiement industriel du territoire, fonder une identité locale à plus-value économique ou reformater l'offre territoriale en direction d'activités et de populations « stratégiques ».

Sur le plan politique, l'idée de ville créative a certes le mérite de réhabiliter les arts et la culture au plan économique, offrant par le fait même l'occasion de renouveler l'argumentaire traditionnel en faveur d'un soutien étatique au patrimoine et à la création artistique. Fort de l'audience attentive que reçoivent les thèses de la classe et de la ville créatives dans les milieux politiques et des affaires, nombreux sont d'ailleurs les acteurs locaux de la « société civile », y compris les promoteurs privés et publics du secteur culturel, tentés par l'argument économique pour revendiquer soit des villes plus artistiques, soit des villes plus ouvertes à la diversité culturelle. Mais entre la « réhabilitation » économique des arts et de la culture et leur « instrumentalisation » à des fins extra-culturelles, entre la reconnaissance de la valeur fondamentale de la culture et la volonté d'exploiter son potentiel comme instrument de croissance et de développement économiques, le contexte idéologique (politique et intellectuel) est ambigu.

L'argument de la ville créative pour reconstruire l'argumentaire sur les intérêts publics de la culture apparaît dans ce contexte d'autant plus hasardeux à brandir que les évidences empiriques manquent sur la contribution des arts et des artistes à la « nouvelle économie créative » des villes. Comme d'autres le notaient encore tout récemment (Helie, 2009), la légitimité nouvelle donnée à l'intervention culturelle publique repose sur des analyses prospectives ou évaluatives qui relèguent bien souvent les enjeux théoriques au profit de considérations d'ordre pratique (modèle de classement (*ranking*) des « villes créatives », typologie des « districts culturels/créatifs », etc.), et dont les fondements empiriques n'apparaissent pas toujours clairement.

C'est ainsi qu'on passe sans trop de distinction de l'acceptation la plus classique ou élitiste de la culture (centrée autour de la notion de Beaux-Arts) à son acception anthropologique et ethnologique, en faisant souvent fi des tensions entre différentes conceptions de la culture, mais aussi différentes conceptions de l'action culturelle, manière de faire et finalités. De fait, les discours prescriptifs sur la ville et la classe créatives donnent lieu à des interprétations divergentes, voire concurrentes de la culture, et de l'action publique culturelle. Dans sa critique des thèses de Richard Florida, Jamie Peck (2005) se fait d'ailleurs un malin plaisir à cumuler les exemples de villes états-uniennes qui, pour se conformer aux impératifs de ladite nouvelle économie créative, optent pour des stratégies opposées, notamment en matière d'intervention culturelle. Si les unes investissent massivement dans les

infrastructures (« bricks-and-mortar methods »), les autres misent au contraire sur une stratégie beaucoup plus « soft », axée sur la culture événementielle. Certaines encore, peut-être plus au fait des rouages d'une économie réputationnelle, se satisfont de la mise en œuvre de campagnes promotionnelles ciblées pour revamper leur image auprès des couches sociales « qualifiées » dans le jeu de la compétitivité interurbaine internationale (Peck, 2005: 750-754).

Les obstacles à la recherche sur les vertus économiques et territoriales de la culture en contexte d'économie créative semblent tenir tout autant à la difficulté d'opérationnaliser les phénomènes qu'aux conditions mêmes de production de la recherche. D'un côté, les études sont souvent produites ou commanditées par des organismes voués à la défense des arts et de la culture, ou par des promoteurs de stratégies de régénération urbaine pareillement en quête d'« études d'impacts positifs » (Werquin, 2008). Dans un cas comme dans l'autre, ces études échappent difficilement à la critique de partialité, qu'elle soit justifiée ou non¹⁷⁸. D'un autre côté, la recherche en économie urbaine, lorsqu'elle ne se prête pas au jeu des « *bests practices toolkits* » émanant d'un proluxe champ d'« experts-consultants », se fait néanmoins frileuse pour véritablement intégrer les arts et la culture à ses objets d'analyse. Et les meilleures intentions en la matière se butent aux défis posés par les propriétés atypiques de l'objet face aux méthodes et aux outils d'investigation propres à la discipline.

L'imprécision des concepts centraux (« art », « culture ») déroutent l'analyse économique standard, tandis que l'approche quantitative, traditionnellement privilégiée, montre vite ses limites à saisir des réalités aussi peu tangibles que celles pointées par les notions de « *people climate* » ou de « *bohemian circles* »¹⁷⁹. En conséquence, on assiste la plupart du temps à une polarisation rapide du débat entre des « pro-culture », qui font feu de tous bois, et les autres, d'emblée plus réfractaires à considérer positivement la « variable » culture. Au

¹⁷⁸ À Montréal, l'ambivalence dont font preuve les porte-parole de Culture Montréal lorsqu'ils réfèrent aux travaux de Richard Florida pour appuyer leur cause indique bien la position difficile qui est la leur : insistant sur le fait que l'intérêt des « concepts à la mode » tient à leur surmédiation (Brault, 2004), ils envoient au final un message pour le moins ambigu sur la crédibilité de leur argumentaire.

¹⁷⁹ Pour ne donner qu'un exemple montréalais, une étude produite pour le compte de la Chambre de Commerce du Montréal métropolitain a voulu évaluer la compétitivité de Montréal à l'aune, notamment, du dynamisme de sa vie culturelle (Polèse et Shearmur, 2004b). Or, face à la difficulté avouée du « quantifiable », les auteurs, deux spécialistes reconnus du développement économique régional, se sont rabattus, à la manière de Richard Florida, sur le taux d'emplois dans les secteurs de la culture comme indicateur de la qualité culturelle du cadre de vie urbain. À cet égard, le flou « artistique » qui entoure les catégories d'art et de culture chez Florida a au moins le mérite de ne pas confiner la discussion à une définition tendancielle, étroite et restrictive du « fait culturel » urbain, trop souvent réduit à une seule culture « sectorialisée », « professionnalisée » et fortement administrée.

final, le rôle de la culture dans la « nouvelle économie », aussi bien que les conséquences de cette nouvelle économie pour la culture font l'objet de trop peu de réflexion.

Défendant le parti-pris d'une recherche sur la culture qui ne s'interdit pas *a priori* de considérer positivement son objet au service d'objectifs externes ou extra-culturels, ce travail de thèse a voulu mettre à l'épreuve des faits l'articulation aujourd'hui opérée, autour de la notion de « créativité », entre l'offre culturelle des territoires et leurs capacités attractives durables en faveur d'un redéploiement économique et industriel. L'objectif était de formuler certaines observations théoriques et empiriques permettant d'alimenter les connaissances et les réflexions sur la plus-value économique de la culture aux profits d'enjeux territoriaux urbains, sans pour autant avaliser de fait le rôle hégémonique de l'économisme dans la définition et l'orientation de l'action publique culturelle. Concrètement, il s'agissait d'explorer de manière critique et distanciée, sur la base d'une étude de cas approfondie, les appréciations d'un phénomène encore mal connu, celui de l'édification au cœur des villes centres de nouveaux espaces productifs urbains, au travers la rencontre présumée des arts, de la culture, de la haute technologie et de l'entreprise (le monde des affaires).

Dans une perspective exploratoire et inductive, deux questions liées ont constitué le point de départ de la recherche : 1/ comment la présence d'actifs et d'activités culturels dans les espaces urbains centraux des pays fortement industrialisés et urbanisés peut entrer dans les composantes mobilisables d'une offre territoriale attractive et performante pour l'accueil et le développement de nouvelles activités industrielles technocréatives ? 2/ De quelle « culture » est-il question au juste lorsqu'il s'agit de se procurer ces avantages stratégiques dans le jeu de la concurrence interurbaine internationale ? Les sections qui suivent reviennent sur les principaux résultats obtenus en regard de ces questionnements.

Partis pris théoriques et pratiques

Le paradigme des industries et de l'économie créatives interroge directement le statut des arts dans la culture et la société, et la démarche analytique a voulu en tenir compte. L'option analytique a conduit à privilégier comme point d'entrée méthodologique l'espace micro-social des acteurs individuels plongés au cœur même de l'« économie créative », leur expérience quotidienne, le sens, notamment, qu'ils donnent à leur activité. Cette entrée par le travailleur (le monde quotidien de la vie et du travail) a ceci de pertinent et d'original qu'elle permet de dépasser une réduction de la ville créative à des questions de densité urbaine (d'intensité, de diversité et/ou de connectivité) d'ailleurs mal définie, au profit d'une

analyse qui interroge au plus près de la réalité des acteurs concernés les modalités concrètes d'éventuelles interactions productives et spatiales entre les différents « mondes créatifs » qu'articule la ville dense.

La problématique ainsi posée a d'abord conduit à proposer une relecture critique de la théorie de la croissance des villes développée par Richard Florida. On a pu voir à cette occasion que, non sans raison, cette théorie est jugée impropre à fonder les politiques publiques en matière de développement urbain et régional. Trois grands aspects à problèmes dans cette théorie ont été discutés: 1/ le postulat d'un passage radical et généralisé à une « nouvelle économie créative », qui se heurte vite à la diversité des réalités locales qui s'observent, en Amérique du Nord comme ailleurs; 2/ la valeur de la notion de « classe créative », en tant que celle-ci qualifie sans trop de distinction une vaste classe moyenne urbaine, dont les goûts esthétiques et le mode de vie distincts expliqueraient une géographie économique différenciée en faveur de certaines (grandes) villes ou types de villes; 3/ l'impasse fait sur de nombreuses autres problématiques urbaines autant sinon plus dignes de figurer à l'ordre du jour des collectivités territoriales que leur offre culturelle, notamment la question des inégalités sociales et économiques croissantes au sein des villes et des régions urbaines intégrées à l'espace économique mondial. Sur chacun de ces aspects, non seulement les prescriptions politiques mises de l'avant par Richard Florida s'avèrent par trop simplistes, voire dangereuses, la preuve empirique sur lesquelles elles se fondent est en outre largement déficiente.

En regard des interprétations courantes des transformations économiques, sociales et culturelles qui ont cours depuis le dernier tiers du 20^e siècle, l'idée de « classe créative » présenterait néanmoins certains éléments d'intérêts. Plus exactement, la théorie du capital créatif s'avère traversée de manière plus ou moins explicite par un ensemble de concepts-clés mobilisés par la production savante sur les évolutions sociétales récentes (la globalisation, l'économicisation de la culture, la culturalisation de l'économie, la montée d'un nouveau type de travail et de travailleur, le renouveau des classes moyennes) qui, pris ensemble, mettent en valeur l'importance croissante de la culture au sein du paradigme social et productif actuel, mais aussi le potentiel des arts et des artistes comme vecteurs non négligeables, même si indirects, de revivification des villes de l'industrie traditionnelle. Aussi, lorsque le cadre d'analyse de l'économie créative est resserré aux activités exploitant dans une perspective marchande la créativité artistique/esthétique de groupes de travailleurs « créatifs », la notion de classe créative apparaît intégrer et dépasser à la fois un ensemble de propositions sur le rôle de la culture dans les processus contemporains du renouveau

économique et l'évolution de la structure sociale des villes, *a minima* dignes d'être considérées pour leur valeur d'hypothèse.

La pertinence de reconsidérer sur cette base analytique restreinte la valeur du construit de classe créative trouve une confirmation supplémentaire dans les réponses apportées au phénomène de concentration spatiale en quelques zones urbaines centrales des activités à fort contenu technologique et de création (conception de sites web et médias interactifs, cinéma d'animation 3D, effets spéciaux numériques, jeux vidéo et sur ordinateur...). Au-delà de l'hétérogénéité des approches et des méthodes, parfois des divergences de résultats, les travaux menés sur ce thème militent en effet en faveur d'un certain nombre d'idées fortes. À l'encontre de thèses à la vogue, ils mettent en garde contre les analyses trop restrictives de la « ville globale », en faisant valoir le rôle joué, aussi, par les composantes culturelles des villes et des régions urbaines dans la formation des sites stratégiques qui permettent la nouvelle économie mondiale ou mondialisée. Ils invitent également à se poser contre les modèles de la déconcentration urbaine, en réaffirmant les avantages de la concentration spatiale et, plus spécifiquement, les avantages de la ville traditionnelle au tissu social et culturel dense et diversifié. Enfin, si ces travaux montrent l'importance accrue des activités et des industries créatives dans les économies urbaines contemporaines, ils laissent entendre que la contribution économique des arts et de la culture se fait, aussi, de façon plus diffuse ou médiée: s'il faut en croire tout un courant de recherche qui se dessine, les diverses manifestations des arts et de la culture dans la ville constitueraient ni plus ni moins la trame productive sur laquelle se greffent les activités — firmes et travailleurs — faisant commerce d'une innovation-créative.

En dépit de cette propension à thématiser les arts et la culture comme facteur d'attractivité territoriale et catalyseur de la créativité innovante des firmes, des territoires et des individus, les modalités concrètes d'interactions productives et spatiales entre les activités technocréatives et l'animation artistique et culturelle dans laquelle elles se développent demeurent toutefois très peu spécifiées et étayées empiriquement. Un des défis de ce travail de thèse — et son intérêt — réside à cet égard dans la tentative de formuler un cadre conceptuel intégrateur des différentes grilles de lecture en présence, qu'il s'est agi par la suite de mettre à l'épreuve des faits. De manière à supporter une démarche inductive, ce cadre de référence exploratoire s'est voulu d'emblée « multi référencé », c.-à-d. construit à partir de références théoriques multiples, nourrissant les débats actuels sur les dynamiques spatiales et plus spécifiquement territoriales des activités (techno)créatives. Le problème de départ a ainsi été décomposé en fonction des thèses les plus structurantes qui alimentent les

deux champs de la science régionale, à savoir l'économie productive, d'une part, et l'économie résidentielle, d'autre part. Trois grandes perspectives théoriques de recherche, ou angles de questionnement, ont d'abord été dégagés: 1/ les hypothèses issues du « tournant relationnel » dans l'analyse du développement (socio)-économique : « districts créatifs », « communautés créatives », « réseaux sociaux créatifs »...; 2/ les approches inspirées d'une certaine géographie dite culturelle, d'inspiration phénoménologique, qualitative et sensitive, qui invitent à lier aptitude à la créativité individuelle et expérience même de la « ville », dans ses dimensions matérielles, mais aussi sensibles et idéelles; 3/ le paradigme plus classique de l'attractivité résidentielle par la qualité du cadre de vie urbain.

Les questionnements opérés sur ces bases établissent le caractère territorialement ancré des « synergies créatrices » entre les domaines des arts, de la culture et de la production industrielle technocréative à travers ce qui a été désigné ici, dans un effort synoptique de définition, des effets de type « milieu », des effets de « lieu » et des effets de « culture » (en termes de valeur et d'aspiration). L'intuition des mécanismes à la base de ces effets conduit à définir les éléments de l'offre culturelle territoriale en contexte d'économie créative à la fois sous l'angle d'une ressource matérielle, immatérielle et humaine. Dans cette perspective, les modes concrets d'articulation entre champs créatifs, d'une part, et champ territorial, d'autre part, reposent sur deux logiques ou ressorts principaux: 1/ celui de la mobilité professionnelle sur les marchés métropolitains du travail de création; 2/ celui de la mobilisation, à des fins personnelles ou dans un cadre marchand, des ressources culturelles de natures et d'échelles variées présentes dans la ville.

Cette problématisation exploratoire de la « ville créative » a naturellement débouché sur la question des outils d'analyses empiriques permettant d'en rendre compte. L'étude d'un cas unique, inspirée de l'approche ethnosociologique, se justifiait par l'état actuel des connaissances, alors que ressort au bilan des recherches sur les ressorts géographiques de l'économie créative la nécessité de multiplier les études localisées, en focalisant l'attention sur des secteurs d'activités et des catégories de travailleurs mieux spécifiés (ne serait-ce que pour préciser, à partir de là, un ensemble de notions subjectives : la qualité culturelle du cadre de vie, l'ouverture à la créativité d'une ville, l'attractivité d'un style de vie urbain et « bohème »....). Elle se justifiait plus fondamentalement par l'image souvent véhiculée du professionnel « créatif » dynamique et flexible, fortement engagé dans son travail et qui cultive pour cette raison une véritable culture de la mobilité, qu'elle soit géographique, professionnelle, sociale ou culturelle.

C'est cette mobilité que la recherche a plus spécifiquement tâché de restituer, à partir de l'analyse comparée des récits de pratique de 29 créateurs industriels de jeux vidéo à Montréal. L'industrie des jeux électroniques peut être considérée à plusieurs titres comme l'industrie type de la nouvelle économie créative des villes : polarisation des activités de conception sur certaines aires urbaines, poids économique significatif, « modèle productif » fondé sur la combinaison créatrice d'art et de technologie. Le peu d'investigation empirique menée sur ses dynamiques territoriales en faisait un terrain d'exploration privilégié, d'autant plus que l'industrie du jeu électronique est une de celles qui, à Montréal, connaît la plus forte croissance parmi l'industrie des TIC.

Les résultats obtenus apportent des éclairages essentiels sur les interrogations spécifiques de la recherche, dans les limites d'une étude de cas, tant la concordance de faits observables est dépendante de spécificités propres au contexte de réalisation de la recherche.

La ville créative à l'épreuve des faits. Pratiques d'acteurs

La mobilité sur les marchés locaux du travail de création

Ancrée dans une démarche ethnosociologique, l'analyse comparée des expériences de mobilité intersectorielle des créateurs industriels du jeu vidéo s'est avérée une entrée particulièrement féconde pour explorer la dynamique socio-productive de l'économie créative à Montréal (effets de type « milieu »). Au niveau des constats factuels d'abord, trois phénomènes, particulièrement prégnants sur le terrain d'enquête, ont été discutés: 1/ des effets de cloisonnements induits à l'entrée du secteur du jeu vidéo par une mobilisation sélective de la main-d'œuvre; 2/ la stabilisation sectorielle des parcours à la faveur d'un enracinement professionnel dans les métiers du *game design*; 3/ des formes d'échappées hors du secteur de la création industrielle vidéoludique, qui nuancent plus qu'elles ne remettent en cause la règle générale de l'ancrage sectoriel et professionnel.

Ces observations mènent à conclure que le secteur de la création dite artistique et le secteur industriel du jeu vidéo ne forment pas à Montréal un couple sectoriel fortement lié, du moins au regard du transfert de la main-d'œuvre créative dans les métiers de la création numérique. Elles remettent plus largement en question tout lien simple entre la présence d'un vaste bassin de ressources créatives sur le territoire d'implantation des firmes et la dynamique d'innovation-créative qui s'y déploie.

Les constats analytiques pointent un certain nombre d'obstacles de nature réglementaire ou institutionnelle à la circulation des personnes sur les marchés locaux du travail de création à Montréal: l'insertion de clauses de non-concurrence au sein des contrats de travail, l'octroi de subventions salariales aux employeurs pour des emplois durables à temps plein, une offre de programmes de subvention aux premiers emplois (c.-à-d. réservés aux jeunes travailleurs). Les résultats mettent plus particulièrement en exergue l'effet de « facteurs humains » dans la détermination des comportements de mobilité et, plus spécifiquement, l'effet de facteurs sociaux et culturels liés aux croyances et aux représentations qui conduisent à des décisions individuelles à l'intérieur de contraintes plus larges. Cette « variable » culturelle pèse sur les modalités d'appariement de l'offre et de la demande de travail, en soutenant des mouvements de ségrégation horizontale ou de concentration sectorielle observables à l'échelle du marché du travail montréalais.

D'un côté, des processus d'exclusion sélective à l'entrée dans les métiers du *game design* se traduisent par une demande de force de travail qui ne se présente pas sur un vaste marché indifférencié des compétences artistiques, mais s'adresse à un segment bien spécifique de l'offre: mieux vaut être un passionné de jeux vidéo, jeune, anglophone et de sexe masculin. D'un autre côté, la stabilisation sectorielle des parcours suite à l'entrée dans le secteur du jeu vidéo va pareillement à l'encontre d'une dynamique intersectorielle sur les marchés du travail de création. Aux effets des stratégies de rétention de la main-d'œuvre (liées au désir de protéger les investissements en capital humain et à une double contrainte de confidentialité et de gestion de l'incertitude), s'ajoute, du côté des travailleurs cette fois, une série de facteurs favorisant l'« immobilisme » sectoriel: la recherche de liberté dans la sécurité, l'implication subjective aux enjeux de la création vidéoludique, l'adhésion aux valeurs et au système normatif qui structurent le groupe professionnel, les difficultés pratiques de la pluriactivité. Enfin, des conceptions sensiblement divergentes du travail de création et de sa valeur définissent en termes essentialistes des espaces d'appartenances et d'identification, qui contribuent tout autant à structurer ce marché particulier du travail en différents mondes de production relativement imperméables entre eux.

Quelques enseignements généraux peuvent être tirés de cette analyse, dans la mesure où :

1/ elle montre la résilience de carrières organisationnelles dans les modèles productifs de la « nouvelle économie » et questionne plus largement l'attrait de carrières dites nomades ou sans attache pour les travailleurs qualifiés. Les résultats mettent en garde contre la tentation de généraliser le modèle du « professionnel nomade », qui participerait activement à la création d'un vaste marché intersectoriel des compétences sur lequel les idées, les

informations, les connaissances et les savoirs tant théoriques que pratiques s'échangent, se transfèrent ou se recombinaient librement. Au-delà des effets de cloisonnements induits par les stratégies des entreprises en jeu vidéo (relatives aux conditions d'insertion, d'emploi et de carrière), l'enjeu de la sécurisation du parcours professionnel, notamment, apparaît peser plus lourdement sur les « choix » des créneaux professionnels et sectoriels d'activités que ce que pouvaient suggérer les résultats d'études antérieures portant sur les travailleurs de la nouvelle économie, y compris les travailleurs du multimédia à Montréal (Tremblay *et al.*, 2003; Stolarick et Florida, 2006);

2/ elle permet un retour critique sur la montée en puissance dans le discours sociétal du thème de l'« hybridation » de l'art et de l'économie, ainsi que de l'idée concomitante d'une différenciation radicale de ces sphères sociales d'activités comme caractéristique de la conjoncture sociale actuelle. Les données de terrain soulignent les limites de ces hypothèses, en montrant que différentes représentations de l'art et de l'artiste coexistent, y compris dans les nouveaux mondes industriels de la création, modulant les postures et les parcours professionnels. Pour le meilleur ou pour le pire, des adversités structurelles toujours actives (art versus argent; art versus gestion; art versus industrie) font obstacle à l'intégration des artistes dans ladite nouvelle économie et interfèrent sur les processus économiques de segmentation/désegmentation du marché du travail de création;

3/ elle conforte l'idée selon laquelle la seule proximité géographique de secteurs d'activités connexes ou apparentés ne peut suffire à garantir les interactions productives au niveau local (Izushi et Aoyama, 2006), y compris la constitution d'un « système local de compétences » sur lequel prendraient appui des spécialisations productives (Zuliani et Grossetti, 2005). En accord avec les développements récents de l'économie spatiale, en particulier les apports conceptuels de l'approche proximiste, le travail de terrain invite à se dégager d'un trop fort déterminisme spatial pour prendre en compte le pouvoir explicatif d'autres formes de proximité de nature plus sociale, relationnelle et cognitive, observable au niveau des individus et des organisations (Rallet et Torre, 2007). L'exemple du marché du travail dans les métiers de la création vidéoludique à Montréal illustre la pertinence de ces distinctions, alors que, notamment, un code officieux de valeurs et de conduites apparaît déprécier les appartenances professionnelles multiples, sinon contraindre au dévouement exclusif.

Vie culturelle et liens à l'activité de travail

Les contours de l'univers de sociabilité dans lequel circulent nos travailleurs ont pu être précisés à travers l'analyse comparée des formes de participation quotidienne à la vie culturelle « hors les murs » et leurs articulations à la sphère du travail. Un premier constat qui s'impose à cet égard est celui de la forte cohérence du groupe professionnel dans son rapport à la culture, tant au niveau des pratiques culturelles que des critères normatifs affichés. Les comportements culturels sont sans doute ici comme ailleurs la résultante d'effets d'instances socialisatrices et d'influences relationnelles multiples (famille, école, amis, conjoints, relations professionnelles...). Chez les travailleurs rencontrés, à la fois producteurs et forts consommateurs de culture numérique, l'âge ou le facteur générationnel, le rôle des pairs à l'adolescence, ainsi que l'influence de l'univers professionnel pèsent clairement en matière de prescription des goûts et des habitudes. De manière révélatrice, la consommation est le plus souvent de type spécialisée, tourne autour des disciplines et des esthétiques proches de celles du jeu vidéo, et engage une sociabilité personnelle largement fondée sur les relations nouées au travail.

Ce phénomène de fusion/confusion entre ce qui relève de la sphère professionnelle, d'une part, et de la sphère personnelle, d'autre part, est frappant. Des enquêtes précédentes ont souligné à quel point le travail dans les organisations du jeu vidéo s'apparente à un « mode de vie » où le « mélange des genres (entre travail et jeu, entre collègues et amis...) est de rigueur » (Lallement, 2003). Constatant cette ambiguïté des rapports entre les sphères du travail et celle du loisir dans divers types d'emplois « créatifs », « réflexifs » ou « du savoir », différents auteurs s'attachent aujourd'hui à identifier les potentialités contradictoires portées par le développement du « travail expressif » au-delà du domaine « culturel ». D'un côté, on souligne les risques de l'(auto) exploitation de la créativité, alors que « l'appel à l'initiative et à l'autonomie engage une incessante réaffirmation existentielle de soi ouvrant sur l'ère d'un « travail sans fin », à l'image de l'artiste pour qui les catégories de travail et de loisir sont peu pertinentes (Menger, 2002b). D'un autre côté, on s'interroge sur ce qui reste de la réalité du loisir comme activité librement choisie et de ses vertus pour le développement d'une pensée autonome, critique et véritablement « créative » (Lewis, 2003; Banks, 2009).

La recherche effectuée sur le terrain montréalais du jeu vidéo permet de nourrir empiriquement ces analyses, en montrant que le recouvrement ou l'interpénétration du travail et du loisir influe sur le sens accordé aux pratiques et à la consommation culturelle, de même que sur le niveau et le mode d'engagement des personnes dans ces activités. Chez les travailleurs rencontrés, l'univers des pratiques culturelles apparaît en fait largement

submergé par l'univers professionnel; la promotion des « loisirs dirigés » s'avérant d'ailleurs aussi bien le fait de l'employeur que du travailleur salarié. Tandis que Richard Florida fait l'apologie du loisir pour l'équilibre et le ressourcement personnel du travailleur créatif, on peut certes s'interroger, à la suite de Marks Banks (2009: 672), sur ce qui reste de la valeur en soi du loisir, *a fortiori* du loisir artistique, lorsque sa pratique est dictée par des impératifs de productivité au travail ou, du moins, lorsque la norme tend à supporter une vision plus strictement productiviste de l'activité. Si, au plan politique, l'intérêt de la théorie du « capital créatif » est de lier l'épanouissement personnel et la croissance économique (Jourdan, 2008), la réalité du terrain fait apparaître des promesses moins reluisantes.

Cette finalité productive donnée aux loisirs culturels n'est pas sans incidence, par ailleurs, sur les modalités des comportements et les attitudes face à l'offre artistique et culturelle montréalaise. Aux extrémités du spectre des pratiques et des habitudes se dégagent deux comportements-types : le repli sur une « culture d'appartement » préférentielle, d'un côté, et un effort relatif d'ouverture à la diversité de la vie urbaine et culturelle, de l'autre. Ces comportements sont très « typés », sachant qu'entre les attitudes et les pratiques les plus opposées existe tout un « continuum ». Dans tous les cas, la mise en cohérence des pratiques avec les caractéristiques individuelles des personnes révèle des comportements fortement conditionnés par l'activité professionnelle (les représentations du travail).

Ainsi, la consommation à domicile de loisirs numériques, à laquelle on s'adonne avec constance et par goût personnel, demande à être comprise, aussi, en regard de la situation productive particulière dans laquelle s'inscrivent les travailleurs, c.-à-d. celle d'une industrie à forte base technologique et dont la compétitivité se joue sur des marchés transnationaux. Pour ceux qui aspirent à se tailler une place dans l'industrie du jeu vidéo, l'actualisation des savoirs, les sources d'inspiration et d'émulation sont largement cherchées au-delà de la localité d'implantation, dans une masse de produits, d'images et de récits relevant de la culture-monde des réseaux numériques et des entreprises multinationales. De manière symétrique, l'adhésion commune à une certaine conception du travail de création redonne de l'importance au lieu géographique même de la production, à l'espace public en général et à la rue en particulier. La « ville », en l'occurrence Montréal, est communément perçue et vécue comme une source d'inspiration, d'émulation, un foisonnement créatif diffus, apte à nourrir l'imagination créative. Le profil du « reclus cyberbranché » sur l'imaginaire transnational de l'univers vidéoludique trouve ainsi son opposé et son complément dans la figure de l'« aventurier-citadin ».

Ce résultat, plus inattendu, supporte une série de travaux récents s'appliquant à défaire l'image préconçue d'une industrie des nouveaux médias au fonctionnement essentiellement virtuel et « a-territorial ». Les recherches conduites en ce sens ont principalement cherché à mettre en évidence « *l'importance des questions relatives au marché du travail, à l'organisation du travail (travail par projet), aux échanges de savoir, à la réputation du district et à la socialisation des travailleurs* » (Pratt, 2008: 263). Les données recueillies sur le terrain montréalais du jeu vidéo soulignent la pertinence d'ajouter à ces facteurs une disposition à la consommation paysagère — une disponibilité à la surprise et à l'appréciation des climats — qui conduit, sur le mode de la flânerie et de la déambulation urbaine, à puiser dans la diversité polymorphe de l'environnement culturel urbain des éléments aptes à stimuler l'imaginaire (Molotch, 1996; Drake, 2003; Helbrecht, 2004), du moins à fortifier une identité valorisante d'individu « créatif » (Florida, 2002c).

Cet usage de la rue comme territoire social et spatial d'inspiration ou d'émulation créatrice invite directement à mettre en relation la notion d'urbanité avec celle de sérendipité, entendue comme la compétence à tirer parti de l'imprévu en vue de créer du nouveau. Différents auteurs voient aujourd'hui dans cette notion aux origines lointaines une notion particulièrement féconde pour penser l'« hypermodernité » contemporaine, faites d'incertitude, de situations singulières et, partant, à la recherche de nouveaux modèles de performance. François Ascher (2007) est ainsi de ceux qui lient cette notion à celles de créativité, d'innovation et d'urbanité. De manière conséquente, cet urbaniste et sociologue est des plus indulgents face aux propositions de Richard Florida sur l'ascension sociale d'une « classe créative » foncièrement urbaine (Ascher, 2007: 142-152). L'intérêt de cette notion de sérendipité pour penser le contexte d'une économie globale valorisant de plus en plus la créativité de ses ressources humaines est étayé par les données recueillies sur le terrain d'enquête. Le territoire d'inspiration et d'émulation arpenté par nos travailleurs force toutefois vite à nuancer le profil culturel généralement prêté sans trop de distinction à l'élite créative de ladite nouvelle économie. Deux constats forts méritent à cet égard d'être rappelés.

1 / Considérés dans leur ensemble, les « créatifs » du jeu vidéo sont apparus moins friands de loisirs de sociabilité (bars, cafés et discothèques, restaurants, visites amicales, participation associative) que ce que les assertions courantes sur les travailleurs du multimédia ou des nouveaux médias pouvaient laisser présager. Le cadre social de la pratique apparaît par ailleurs passablement restreint et impliquer une hétérogénéité toute relative des acteurs créatifs locaux. À cela s'ajoute une diversité de facteurs (la part prise par

le travail dans la vie quotidienne, la nature solitaire du *high-tech* artiste...) qui limiteraient tout autant les possibilités d'interactions sociales et culturelles fondées sur une sociabilité spontanée ou informelle prenant place dans l'espace public et parapublic. Enfin, l'inscription internationale des créateurs industriels du jeu vidéo à Montréal est, à tous points de vue, remarquable. Des travaux précédents ont attiré l'attention sur l'existence de géographies économiques différenciées au sein même des activités technocréatives, alors que des sous-secteurs d'activités (animation 2D et 3D) font état d'une économie sociale périodique, caractérisée par des besoins temporaires de proximité géographique (lors de la tenue de foires commerciales, de salons professionnels, etc.) et, partant, un nombre restreint de passages « obligés » en ville (Norcliffe et Rendace, 2003). De la même façon, les dynamiques relationnelles susceptibles de soutenir l'innovation créative dans le secteur industriel de la création vidéoludique à Montréal sont probablement moins assujetties au « local », que tributaires de réseaux multi-locaux et de processus multiscalaires.

Il ne s'est pas agi dans le cadre de ce travail de thèse de tenter un exercice de « cartographie » systématique des interactions sociales du milieu montréalais de la création numérique, soulignant les contacts les plus fréquents et les liens faibles significatifs, les moments et leurs lieux stratégiques. D'un point de vue strictement méthodologique, l'analyse gagnerait à être complétée et enrichie, le cas échéant, par la mobilisation des concepts et des outils complémentaires d'analyse de réseau (méthode du « générateur de noms », recours aux techniques économétriques, schéma informatisé du réseau, repérage systématique de cliques et calcul d'indicateurs pertinents de densité, de centralité, de transitivité...). Néanmoins, de nombreux « signes » témoignent d'une certaine homogénéité des cercles ou milieux de socialisation fréquentés, mais aussi de leur relative étanchéité. En dépit de l'apport incontestable des travaux mettant en valeur l'importance des systèmes relationnels urbains pour la conduite des activités de création et d'innovation, il y a donc bien ici à se demander si c'est nécessairement l'aspect spatialement localisé des communautés et des réseaux socio-productifs qui dominant? (Lethiais, Rallet et Vicente, 2003). À tout le moins, les contours de l'univers des pratiques culturelles et de sociabilité des travailleurs rencontrés questionnent la pertinence d'une approche essentiellement réticulaire ou résiliaire d'une « écologie de création » localisée, mettant de l'avant l'existence de réseaux socio-productifs d'échanges créatifs largement informels et « ouverts ».

2 / La mobilité dans l'espace social des goûts et des pratiques culturelles fait pareillement état d'un territoire de circulation plus limité que ce qui pouvait être attendu. Les traits saillants des répertoires culturels mettent en évidence des profils individuels et collectifs de

consommation culturelle qui, s'ils sont parés d'un certain discours d'ouverture/tolérance, se font sélectifs et exclusifs à plusieurs titres. La grande majorité des répondants affirme ainsi ne pas ou peu fréquenter les institutions officielles de la culture à Montréal, y compris les lieux plus marginaux de la création numérique dite artistique. L'éclectisme culturel singulier dont font preuve ces travailleurs se veut davantage circonscrit à une « culture populaire pour initié » qui, doublé d'un certain type d'érudition populaire, fait la part belle aux formes commerciales, industrielles et/ou médiatiques d'une production culturelle marginale et/ou marginalisée, du moins dans l'aire géographique des répondants.

De fait, s'il y a un fort usage de la centralité métropolitaine, cela est moins vrai pour ce qui est de ses (grands) équipements culturels. Les « synergies heureuses » entre l'univers marchand des jeux vidéo et les diverses communautés créatrices de Montréal — s'il y a — sont vraisemblablement issues d'interactions prenant place dans un espace relativement limité et circonscrit, excluant pour bonne part du périmètre de la ville créative la « culture cultivée » et ses acteurs. Contrairement à ce que suggère Richard Florida, la volonté (la capacité) des « créatifs » de transcender les frontières entre les genres culturels et entre les groupes sociaux ne se vérifie ici que dans une mesure toute relative et, partant, empêche d'y voir là un ressort important de nouvelles synergies productives entre les pôles artistiques et commerciaux de la création à Montréal.

La créativité n'en est pas moins associée chez nos travailleurs à la présence d'équipements culturels, y compris d'institutions artistiques abritant la culture légitime officielle. Il s'agirait toutefois moins de « consommer » des services et des produits spécifiques, qu'un décor urbain et une ambiance singulière, nourris de la présence sensible de l'art et du multiculturalisme dans la ville. En fait, le rapport subjectif à la vie artistique et culturelle montréalaise se révèle au mieux à travers le désir de goûter une énergie toute particulière, qui émanerait d'un « milieu créatif » ambiant. S'ils n'y suffisent pas, les espaces institutionnels de la culture et les actions artistiques qui se déploient dans la ville contribueraient néanmoins à créer cette ambiance désirable et désirée, en s'offrant comme autant d'objets-témoins de l'énergie créatrice qui anime Montréal. Dit autrement, la présence d'aménités culturelles (théâtre, concert classique, opéra, musée, galerie d'art...) aurait un impact positif sur la différenciation qualitative des espaces « investis » par ces travailleurs, indépendamment de l'utilisation qu'ils font de telles aménités. Plus qu'une accessibilité effective des lieux, c'est leur accessibilité potentielle qui compte. L'évocation du cadre de vie relève clairement de ce principe.

Un bassin de vie culturellement attractif

En regard des caractéristiques socioculturelles et socio-économiques des espaces résidentiels privilégiés par les travailleurs rencontrés, les représentations, les valeurs et les préférences affichées dans l'espace du discours (la multiculturalité, l'accès à l'art et à la culture, la densité et la diversité de la vie urbaine et culturelle) sont cohérentes avec la situation et la composition des espaces d'habitat recherchés. L'examen des données censitaires de 2001 met en évidence à l'échelle infra-métropolitaine (noyau central, 1^{er} et 2^e couronnes) une similitude entre le patron de localisation de ces travailleurs et la répartition résidentielle sur le territoire montréalais de l'ensemble de l'effectif des professions du « secteur culturel créatif », y compris les « professions du multimédia ». Cela laisse à penser qu'une préférence résidentielle fondée sur la recherche de la centralité, du mélange social et d'une certaine marginalité artistico-culturelle pourrait s'étendre à d'autres catégories socioprofessionnelles au sein des professions dites « des arts, de la culture et des médias ».

L'extrapolation des résultats obtenus demande toutefois une extrême prudence, ne serait-ce qu'en raison de phénomènes de « ghettoïsation » négative ou positive pouvant se manifester à très petite échelle. Ces résultats offrent néanmoins un contre-argument à la position défendue par plusieurs détracteurs des thèses de Richard Florida, selon laquelle les espaces centraux des villes culturelles à l'atmosphère bohème et métissée ne sont pas plus attractifs pour les membres de la classe créative que les espaces du périurbain. Ils vont plus généralement à l'encontre de nombreux travaux sur l'attractivité résidentielle qui postulent la dissociation entre lieu de travail et lieu de vie avec l'accroissement de la mobilité et le développement de la dynamique de périurbanisation. Contrairement au modèle dominant de localisation résidentielle chez les couches moyennes nord-américaines, le refus de la « vie en banlieue » et l'attachement à la centralité métropolitaine sont ici clairement des attitudes caractéristiques du groupe social enquêté.

Suivant une analyse classique du phénomène de « reconquête des centres » par les couches moyennes et moyennes supérieures, cette préférence résidentielle en faveur de la ville centre (les espaces de la « marginalité créatrice ») peut être interprétée comme un indicateur des processus de différenciation et de compétition statutaire entre les classes ou entre les fractions de classes sociales. Des stratégies de différenciation/distinction, reposant en partie sur la « récupération » des mots d'ordre contestataires des années 1960, soutendraient l'investissement résidentiel d'espaces urbains centraux aux caractéristiques singulières. La promotion d'une « culture de classe » et de son style de vie distinctif est

d'ailleurs implicitement relayée par la théorie de Richard Florida. Comme le note très justement Michèle Ollivier (2008) :

En insistant sur le fait que la diversité et l'ouverture « sont des marqueurs fondamentaux des valeurs de la classe créative » (Florida, 2002 :79), ou encore que des goûts éclectiques constituent « un marqueur social sur lequel on peut généralement compter pour identifier les membres de la classe créative » (Florida, 2002 :185), Florida construit, à même le discours ambiant de valorisation de la diversité culturelle, une identité de classe : l'ouverture, l'éclectisme et le dynamisme des uns sont opposés à la fermeture, à l'uniformité et à la fixité des autres. (Ollivier, 2008: non paginé).

L'attrait de l'exotisme, de la différence, de l'émergent, de la non-conformité dont fait collectivement état la population enquêtée jusque dans ses choix résidentiels peut effectivement se comprendre comme l'expression d'une adhésion large à la norme de l'éclectisme et du cosmopolitisme culturel, entendue comme l'un des traits saillants de la recomposition du goût cultivé. En somme, la qualification positive et la valorisation/appropriation des espaces marqués par la présence d'une « marginalité créatrice » s'apparenterait ici à un goût, socialement déterminé (Bourdieu, 1979), et en partagerait la fonction inconsciente de distinction sociale. Toutefois, d'autres considérations entrent aussi manifestement en jeu dans les décisions de localisation résidentielle, qui nous éloigne d'une compréhension en termes de classes sociales, de rapports de pouvoir et d'influence.

En effet, l'enjeu du lieu de résidence semble s'inscrire tout autant au sein des stratégies professionnelles, alors que les travailleurs rencontrés se montrent préoccupés par la recherche d'espaces centraux qui soient attractifs en termes de possibilités d'emploi, mais aussi en termes de degré de stimulation intellectuelle et sociale dans leur domaine. Si l'existence de réseaux socio-productifs d'échanges créatifs largement informels et « ouverts » est mise en doute dans le cas montréalais de l'industrie du jeu vidéo, les résultats étayaient néanmoins la plausibilité d'une utilisation de l'espace à des fins productives qui, de fait, ne réduit pas le territoire à être travaillé par la pratique de la distinction sociale. D'une manière générale, ces résultats appuient l'idée voulant que « *for the growing number of self-described artistically inclined persons, suburban extensions do not provide adequate inspiration* » (Lloyd, 2002: 524).

Indissociablement lié dans l'identification et la qualification des espaces où il fait bon vivre et travailler, le binôme créativité/convivialité montre en fait clairement la prégnance dans les imaginations géographiques de cette idée ancienne (moderne) de la « grande ville » comme espace de liberté personnelle et de créativité culturelle. Dans une filiation directe avec la pensée urbaine qui s'élabore à la fin du 19^e siècle, non seulement la vitalité artistique de

Montréal et sa multiculturalité se perçoivent comme autant de gages d'ouverture et de tolérance sociale aux formes les plus variées de création et d'expression (loin du mythe d'une convivialité interculturelle, l'épreuve de la réalité aura trop souvent montré que les perceptions en la matière peuvent être trompeuses), la diversité polymorphe du tissu urbain, le brassage et la mixité sociale qu'elle induit, sont valorisés pour leur pouvoir de stimuler l'imaginaire.

Enfin, le niveau d'identification psychologique des individus envers leur métier, ainsi que la place centrale dévolue au travail dans la construction de l'image de soi invitent également à établir un lien entre l'espace social des appartenances professionnelles, d'une part, et les identités spatiales revendiquées et construites, d'autre part. Pour des créateurs qui se veulent eux-mêmes à l'avant-garde de l'expression culturelle, le choix de résider en « ville », *a fortiori* dans un quartier vécu et reconnu comme le quartier de l'avant-garde artistique, permet manifestement de mettre en jeu de façon affirmative une identité personnelle, professionnelle et sociale d'individu « créatif ». La localisation résidentielle dans les espaces de la marginalité créatrice se pose comme génératrice de sens et d'identité. Elle renforce le sentiment d'être soi-même « ouvert à l'innovation », de posséder les atouts requis pour bien faire son métier et de « faire partie de la gang ». L'enjeu résidentiel du cadre de vie pourrait être d'autant plus crucial chez ces personnes qu'elles sont confrontées à un manque de reconnaissance de leur travail de création, à la fois juridique, sociale et artistique.

Dans tous les cas, la combinaison de « où nous vivons » et de « ce que nous faisons » (Florida, 2002c: 229) se pose clairement comme un élément central de la construction identitaire. C'est ainsi que l'exploration multidimensionnelle des discours livrés fait ressortir des histoires parallèles (professionnelle, consommatoire, résidentielle) la cohérence d'un mode ou d'un art d'« habiter » la centralité urbaine, en lien avec les aspirations à un mode ou un style de vie centré sur l'activité de création. Cette « territorialité » qui découle des pratiques et des représentations autorise à soutenir empiriquement, tout en les affinant et les infléchissant de manière significative, deux thèses complémentaires : celle de la valeur d'attractivité appréciable dont est porteur la culture pour les territoires concernés; celle d'un groupe social émergent dont le profil professionnel, culturel et psychologique peut être capturé par la notion de « classe créative ». Tout en invitant à faire un usage prudent ou restreint de cette notion, les résultats obtenus sur le terrain montréalais du jeu vidéo accordent ainsi à la qualité de l'offre territoriale en matière d'arts et de culture un rôle relativement plus important dans le renouveau contemporain et le dynamisme économique des villes que celui traditionnellement reconnu par la recherche en économie urbaine.

Des résultats localisés à la situation générale

Il est bien entendu impossible de déterminer à partir de données qualitatives la prévalence de comportements dans l'ensemble de la population. Les études de cas uniques sont inévitablement confrontées à l'épineux problème de leur aire de validité et les données recueillies posent la question légitime de leur spécificité « locale » ou, au contraire, de leur conformité à des situations prévalant ailleurs, dans d'autres contextes spatiaux, temporels, culturels, sociaux... Il est d'ailleurs probable que la main-d'œuvre dans le secteur industriel du jeu vidéo soit structurellement plus jeune et possède une identité de métier plus forte que celle qu'on retrouve dans d'autres secteurs d'activités associés à l'économie créative. Déjà, les résultats obtenus sur le terrain montréalais du jeu vidéo ne sauraient être la base de conclusions définitives sur le fonctionnement du secteur et des options futures dont il pourrait être l'objet. L'enquête de terrain a été réalisée sur une période relativement courte (essentiellement durant l'été 2005) et de nombreux éléments, considérés à part ou pris dans leur ensemble, ont pu considérablement modifier le portrait qu'il a été donné d'observer, ou sont susceptible de le faire à plus ou moins court terme.

Ainsi et entre autres, la volonté de développer les qualités narratives du médium vidéoludique, d'exploiter au mieux le potentiel des nouvelles générations de consoles mais aussi de repenser, jusqu'à un certain point, les modèles d'affaires en vigueur pourraient se traduire par une (re)valorisation des qualités plus proprement originales, artistiques/esthétiques des produits, et une redéfinition corollaire des rôles artistiques. Par ailleurs, se sont multipliées ces derniers temps sur le sol montréalais les initiatives publiques et privées, formelles et informelles, visant à rapprocher les arts, la haute technologie et le monde des affaires. Le lien multimédia, un bulletin d'information électronique sur le multimédia et les nouvelles technologies, couvre désormais des activités à caractère artistique tenues dans différents lieux institutionnels de la culture à Montréal (l'Usine C, la SAT, le Centre de création artistique Fractal, etc.). De manière symétrique, le monde de l'art s'ouvre à la création vidéoludique et aux créateurs industriels; la plus récente Biennale de Montréal, par exemple, visant manifestement à hausser le jeu vidéo au rang d'œuvre d'art. Enfin, la dynamique du marché du travail se trouve certainement infléchi par l'explosion récente de l'offre en matière de formation spécialisée dans les métiers de la création numérique. Quelles en seront les conséquences sur la « proximité » des divers mondes créatifs qu'articule la ville dense?

En regard des limites inhérentes à l'étude de cas pour offrir des réponses définitives, l'intérêt de ce travail thèse est plutôt à voir dans la démarche analytique d'ensemble, qui pose

l'individu comme maillon indépasseable de toute réflexion sur la ville attractive/créative, mais qui montre aussi la nécessité de croiser les champs d'investigation empirique pour saisir la réalité contemporaine de la culture en « ville ». La valeur première de la notion de « classe créative » réside sans doute à cet égard dans le fait d'intégrer et de dépasser à la fois un ensemble de questionnements opérés par les thèses socio-économiques sur la géographie de l'innovation, d'une part, et les théories sociologiques sur ce qu'il est convenu d'appeler les nouvelles classes moyennes, d'autre part. La notion s'offre de fait comme un concept analytique à caractère général, permettant d'articuler un ensemble de réalités empiriques aux logiques *a priori* indépendantes.

L'effort de terrain a permis d'étayer globalement la valeur de ce construit, quoique avec force nuances et à condition de resserrer le cadre d'analyse de l'économie créative aux activités exploitant dans une perspective marchande la créativité esthétique et artistique de groupes de travailleurs « créatifs ». Peut-on parler, pour ce groupe, d'une « classe sociale », et selon quelle définition de la classe sociale ? Entre les analyses en termes de classes (au sens marxiste) et les analyses en termes de classification statutaire (au sens wébérien), se pose déjà la question de savoir si, avec la montée d'une économie dite culturelle ou créative, un nombre croissant d'individus est susceptible de partager et de se retrouver dans les croyances, les valeurs et les pratiques d'une « classe créative », strictement envisagée comme catégorie socioprofessionnelle d'appartenance.

L'extrapolation des résultats demande d'abord à ce que soient examinées plus en détail les activités qu'on peut rassembler autour de la notion de création. Une voie de recherche prometteuse en ce sens pourrait être de décomposer la notion de classe créative selon la nature des connaissances (analytique, symbolique, synthétique) engagées par l'activité professionnelle (Asheim, Coenen et Vang, 2007). L'approfondissement des connaissances sur l'économie créative, ses déclinaisons sociales et territoriales, exige surtout que soient multipliées les approches transversales. Récusant nombre de coupures épistémologiques nettes (entre l'« économique » et le « culturel », le « local » et le « global », la « sphère productive » et la « sphère reproductive », le travail et le loisir, l'individuel et le collectif...), la problématique se situe à la confluence d'une pluralité d'interrogations actuelles (sur les rapports entre urbanisation et industrialisation, entre la ville et l'innovation, l'évolution du travail et des modes de vie, des goûts et des habitudes culturelles...) et, partant, nécessite l'interdisciplinarité.

Un travail de thèse n'est pas nécessairement le meilleur lieu pour poursuivre de tels objectifs interdisciplinaires. Le travail interdisciplinaire est une entreprise à taux élevé

d'investissement, dont l'encadrement n'est pas aisé et qui, en outre, s'expose inévitablement aux critiques aiguisées des spécialistes disciplinaires... Ainsi et entre autres, la mobilisation des apports de la sociologie urbaine a essentiellement servi dans le cadre de ce travail à poser le lien entre classes moyennes et gentrification résidentielle. Il aurait été pertinent de puiser à même ce champ de la sociologie pour mettre en évidence les questionnements qu'il opère de la sociabilité (para)publique et des interactions sociales dans la ville. Il aurait été également intéressant de pousser l'investigation sur la valorisation/appropriation par l'acteur corporatif d'une identité territoriale qu'il participe lui-même à (re)construire et, littéralement, à mettre en scène. En effet, alors que le marché de la main-d'œuvre qualifiée s'internationalise de plus en plus, les villes mais aussi les entreprises cherchent manifestement à se distinguer par la qualité culturelle du cadre de vie qu'elles peuvent offrir aux travailleurs. Ce thème est encore peu exploré par la recherche et mériterait, au vu de mes propres observations, d'être traité pour lui-même¹⁸⁰.

La manipulation exhaustive des données d'enquête a néanmoins permis de répondre d'une manière assez complète — satisfaisante — aux interrogations spécifiques de la recherche, en plus de mettre en lumière plusieurs éléments d'intérêt en regard du questionnement général. La comparaison des résultats obtenus avec les résultats d'études antérieures permet d'en étendre l'aire de validité externe, moyennant de grandes précautions méthodologiques: dans la mesure où sont comparés des comparables, un certain nombre de constats forts ne se présentent pas comme atypiques. Les pistes de réflexion ouvertes, si elles peuvent baliser des avenues pour mieux ancrer les théories de l'innovation appliquées aux industries créatives, s'adressent à la fois à la recherche et à l'action (culturelle) publique. Sur cette question du politique et en termes d'aménagement urbain, le rapprochement

¹⁸⁰ Lorsqu'il recrute à l'étranger, le studio Ubisoft Montréal, par exemple, ne manque pas de faire valoir, au nombre des « avantages comparatifs » pour la future recrue, une localisation au cœur de la vie culturelle montréalaise. Le territoire du Mile End est alors mobilisé, dans ses éléments matériels et idéels, pour construire une image de marque à titre d'employeur (*branding d'employeur*) et asseoir une identité corporative (*branding d'entreprise*) de studio « créatif ». La mise en scène par l'acteur corporatif de cette identité « créative » s'appuie d'ailleurs sur une pratique de mécénat culturel. Ubisoft Montréal investit et s'investit dans le soutien et la promotion non pas de grandes institutions culturelles, mais bien de cette « marginalité créatrice » qui anime le Mile End. Après avoir été le commanditaire principal du festival Fantasia, le studio montréalais innovait en 2007 en lançant la première édition d'un grand festival culturel urbain gratuit, St-Viateur Festival de rue, faisant large place aux artistes émergents locaux. Ce festival renouait avec une longue tradition festive dans le Mile End, qu'était la célébration de la fête nationale du Québec (la « Saint-Jean »), abandonnée en 2004 car victime de son succès populaire. Fête de quartier ou événement corporatif promotionnel? La question est posée par des résidants, à l'évidence inquiets de se voir déposséder de leur espace, matériel et symbolique, « subverti » par une grande multinationale de la Nouvelle économie.

s'impose au premier chef avec une série d'enquêtes empiriques récentes mettant en valeur, dans le contexte contemporain des mutations des espaces centraux des villes d'Amérique du Nord et d'Europe, la dynamique qui unit une culture « *in* » (une culture de capitale) et une culture « *off* » (une culture de quartier).

Les travaux de Richard Lloyd (2006) sur Chicago, ceux de Boris Grésillon (2002) sur Berlin ou, encore, ceux d'Elsa Vivant (2006) sur Paris sont porteurs de manière exemplaire d'une telle ambition. Les résultats de ces travaux sont assez proches de ceux obtenus dans le cadre de ce travail de thèse. Ils montrent comment les espaces de la marginalité bohème, de l'excentricité, de l'expérimental ou de l'alternatif deviennent aujourd'hui un élément de distinction de la ville, de construction de son identité, de différenciation et de qualification dans la concurrence interurbaine internationale. Ces espaces du « *off* » se déploient, au sens propre comme au sens figuré, à « côté » de stratégies spectaculaires de régénération urbaine par la culture, de projets emblématiques et de prestiges (*Flagship*) et d'« enclaves culturelles » aux espaces uniformisés et sécurisés. De fait, ils invitent à élargir sensiblement le spectre des activités artistiques et culturelles considérées par les approches traditionnelles du développement culturel local, en faveur d'une prise en compte extensive et plurielle de l'offre culturelle territoriale. Ils entérinent également la pertinence d'une lecture de la ville en termes de « scènes » et « d'ambiances » urbaines, qui prête attention aux récits (micro et macro, historiques et contemporains, localisés et délocalisés) qui les fondent.

Ces enquêtes aux résultats convergeant ne sont pas, non plus, sans soulever à nouveaux frais une série de questions difficiles. Celle, par exemple, de l'évaluation des externalités positives de la culture sur les économies locales, alors qu'est directement mise en jeu la pertinence des modèles traditionnels d'études d'impact économique des actions culturelles : l'analyse des « retombées » économiques de la culture ne saurait se cantonner ici à une approche sectorielle, ni même s'en tenir à la construction d'une image attractive des territoires. Celle, aussi, des politiques d'aménagement à mettre en œuvre, s'agissant de préserver et mettre en valeur des atmosphères, des climats, un patrimoine plus symbolique que matériel. La contradiction inhérente à la planification d'espaces alternatifs ajoute au problème, et garde de concevoir le rôle des arts et des artistes dans les processus de renouvellement urbain sous le prisme unique de la planification stratégique, d'opérations d'urbanismes ou d'interventions de type « régénération urbaine ». Le renouvellement urbain mérite certes d'être compris ici au sens large du terme, c.-à-d. désignant à la fois la matérialisation par l'action publique des villes (au sens de « coalitions gouvernantes ») d'une politique volontaire de revalorisation urbaine et à la fois le renouveau des villes sur elles-

mêmes, qui s'opère de manière plus sourde, renvoyant à un mouvement plus « naturel » ou autorégulé de transformation, sans qu'une intervention contrôlée régit *a priori* les processus.

Dans tous les cas, la gentrification des quartiers bohèmes et le déplacement corollaire des populations populaires (artistes et autres résidents) attirent une fois de plus l'attention sur les contrecoups paradoxaux du développement culturel, programmé ou non (Zukin, 1989 [1982]). À cet égard, le quartier du Mile-End à Montréal ne semble pas, non plus, échapper au modèle idéal-type de la gentrification. Des inquiétudes relatives au risque de gentrification résidentielle et commerciale du quartier sont de plus en plus souvent exprimées sur la place publique, notamment par le très actif Comité des citoyens du Mile-End. On s'interroge à voix haute : « la gentrification aura-t-elle raison des artistes une fois de plus ? » (Robillard Laveaux, 2009)¹⁸¹. Ces inquiétudes soulèvent plus largement la question de la « gouvernance culturelle » et de l'échelle territoriale pertinente pour l'intervention (si intervention il doit y avoir) : quartiers, arrondissements, ville, ville-région, voire au-delà... ?

Enfin, considérée sous l'angle strict des stratégies de positionnement dans l'espace concurrentiel, la similitude qui s'observe entre les paysages de la mutation urbaine des villes « postindustrielles » pose aussi, et surtout peut-être, la question du caractère spécifique ou non substituable de la « ressource culturelle locale », entendue comme élément d'attractivité et de compétitivité en situation de concurrence interurbaine et internationale. Le caractère spécifique de cette ressource (sa singularité distinctive) est, en effet, difficile à défendre, à moins d'accepter l'idée de ressources spécifiquement... urbaines. Chez les travailleurs rencontrés, la localisation urbaine est privilégiée parce qu'on recherche des externalités proprement urbaines. L'« urbain », ou plutôt ce qui fait ville parmi les caractéristiques de l'urbain, renvoie à des effets spécifiques dérivés de la concentration spatiale des activités et des hommes : l'hétérogénéité, le multiple, l'accumulation de traces et de signes, bref, l'intensité et l'effervescence de la vie urbaine et culturelle. À cet égard, les effets de taille et de densité ne seraient toutefois pas toujours source d'avantage concurrentiel, d'où une

¹⁸¹ Parallèlement à la hausse vertigineuse de la valeur des propriétés et du nombre de propriétaires au cours des cinq dernières années (qui met directement en péril le maintien des artistes résidents), le Mile-End est devenu l'objet d'une attention plus soutenue de la part du Service de police de la Ville de Montréal, qui y multiplie les contrôles de permis de spectacle, de restauration et d'alcool. Plusieurs tenanciers de bars et de salles de spectacles, opérant jusqu'alors plus ou moins en marge de la légalité, essaient aujourd'hui de faire face tant bien que mal à un resserrement et à une intensification des contrôles policiers à leur endroit : parmi ceux-ci, le Green Room, le Main Hall et la mythique Casa del Popolo. (Robillard Laveaux, 2009).

raison supplémentaire pour multiplier les investigations empiriques dans des contextes urbains distincts.

En effet, communément définie à travers les notions d'hétérogénéité et de densité, la « ville créative » n'en présenterait pas moins aux yeux de nos répondants un seuil problématique où croissance et baisse de la qualité du cadre de vie se rencontrent. Faisant écho à un discours en vogue porté par un ensemble de mouvements anti-productivistes, des travailleurs se sont ainsi fait en entretien les apôtres indirects de la décroissance économique, soulignant les avantages de la « ville moyenne » sur les zones plus fortement urbanisées. Questionné sur la qualité de l'offre culturelle montréalaise, la réponse donnée par cet immigrant londonien illustre un point de vue maintes fois entendu dans la bouche des travailleurs rencontrés :

[interviewer]:Montréal is quite smaller then London. Do you think that it offers enough cultural activities?

[Nicholas]: Absolutely!!! Yes, Yes, Yes!!! [emphase]. London, I mean, is very big but it's pretty much all the same, it's all pretty much... Londoner, I think. There's not much cultural acceptance in places like London. While in Montréal, yes absolutely, it's everywhere you go. [...]. So I think it's a fantastic city to live in. It's great because it's small; you never have to travel very far to get to anything. That's fantastic too. But yes, very different from London and much better for it I think. [**Nicholas**, 33 ans, directeur créatif]

Des effets de taille pourraient donc jouer en défaveur des plus grandes villes et en avantager d'autres, telle Montréal. Il n'en demeure pas moins que la qualification positive de l'espace montréalais ne repose pas tant aux yeux de nos travailleurs sur des attributs spécifiques à un lieu (*cette ville*) que sur des attributs caractéristiques d'un type de lieu, en l'occurrence *la ville dense, compacte, mixte et diversifiée*. L'importance toute relative accordée à ce qui, objectivement, constitue l'originalité première de la vie artistique et culturelle à Montréal, à savoir son « caractère français » en Amérique du Nord, en témoigne avec éloquence. Une des personnes rencontrées en entretien (Olivier) dira d'ailleurs que, d'après sa propre expérience, Montréal ou Shanghai, c'est « du pareil au même finalement »...

ANNEXE I – PROFILS DE POSTES

D'après : TECHNOCompétences.2002. *Jeu électronique : profil de la main-d'œuvre des entreprises québécoises*; TECHNOCompétences. 2005. *L'industrie du jeu électronique au Québec. Élaboration de profils de postes en vue de la promotion des carrières*.

Directeur artistique

Son rôle : c'est le responsable de l'ensemble des aspects artistiques lors de la conception d'un jeu.

Ses principales tâches : l'établissement des normes artistiques, la direction de l'aspect artistique du projet, la participation à la conception du jeu sur le plan de la création des univers, par exemple, l'évolution graphique des personnages et du décor.

Ses diplômes : formation collégiale ou universitaire en arts ou en communication.

Concepteur de jeux

Aussi appelé : *game designer*, designer, concepteur.

Son rôle : il élabore les concepts de base d'un jeu, en décrit les composantes et les consigne dans un document de production.

Ses principales tâches : la création des concepts de jeux, l'élaboration du jeu dans ses dimensions techniques et artistiques, la description des lieux du jeu, des personnages, des commandes, etc.

Ses diplômes : formation universitaire variée (littérature, anthropologie, cinéma, informatique...) ou formation collégiale en graphisme, en infographie ou en animation 3D.

Concepteur de niveau

Aussi appelé : *level designer*.

Son rôle : comme le concepteur de jeux, il élabore les concepts de base d'un jeu, en décrit les composantes et les consigne dans un document de production.

Ses principales tâches : la création des concepts de jeux, la réalisation des esquisses, la rédaction des documents de production.

Ses diplômes : formation universitaire variée (littérature, anthropologie, cinéma, informatique...) ou formation collégiale en graphisme, en infographie ou en animation 3D.

Scénariste

Aussi appelé : scripteur.

Son rôle : il traduit le concept d'un jeu en un scénario interactif contenant les informations sur le découpage des contenus, leur organisation et la façon d'y accéder par la navigation et l'interactivité.

Ses principales tâches : le développement du concept de base et de l'interactivité (en collaboration avec le concepteur), la rédaction des textes et dialogues, la production du scénario interactif et des maquettes.

Ses diplômes : formation universitaire en langues, en littérature, en arts ou en communication.

Illustrateur. Aussi appelé : artiste, artiste 2D - 3D (pour deux dimensions, trois dimensions), dessinateur, dessinateur en dessin animé, illustrateur-animateur.

Son rôle : il produit des dessins à la main ou de façon numérique. Il sélectionne les outils selon le type d'animation et le média.

Ses principales tâches : la production de maquettes sur papier, la production d'esquisses de personnages, d'objets, de panoramas, d'ébauches d'animation, le traitement des dessins.

Ses diplômes : formation universitaire en arts ou formation collégiale en dessin animé, en graphisme, en multimédia, en infographie, ou un diplôme d'un établissement privé en animation 2D ou une AEC en jeu vidéo.

Animateur/Modelleur

Aussi appelé : animateur 3D, artiste 3D, infographiste 3D.

Son rôle : il élabore des images de synthèse animées par la modélisation entre autres, en trois dimensions.

Ses principales tâches : l'analyse des spécifications de la conception, de la modélisation, la manipulation et l'animation des structures 3D, le traitement des images numériques, la création de décors ou d'images de synthèse.

Ses diplômes : un diplôme d'un établissement privé en animation 3D ou une formation collégiale en infographie, en multimédia ou en informatique.

Infographiste

Aussi appelé : graphiste, infographe.

Son rôle : il produit des illustrations, des graphiques et des tableaux en ajoutant des effets en deux ou trois dimensions. Il monte des documents contenant des textes et y intègre les éléments visuels.

Ses principales tâches : l'analyse de la scénarisation interactive, la conception de base des sketches, la conception et la réalisation des illustrations et des éléments graphiques, la réalisation de maquettes de pochettes ou d'emballages pour les produits sur support ou en ligne.

Ses diplômes : formation collégiale en graphisme ou en infographie.

ANNEXE II – LETTRE D’INVITATION

Objet : Enquête INRS-UCS « Technoculture et emplois créatifs », Volet : VILLE.

Martin BOUVIER

Artiste conceptuel senior
Artificial Mind & Movement

Monsieur,

L’Institut national de la recherche scientifique (INRS-UCS) est actuellement à la **recherche de candidats** pour participer à un projet de recherche portant sur le TRAVAIL et la VILLE, dans le domaine du **jeu électronique**. Nous cherchons à investiguer comment la ville peut contribuer à la pratique des travailleurs (marché du travail, opportunité d’affaires, expertise locale, environnement stimulant...) et quelles relations ces travailleurs entretiennent avec la ville (attitudes, opinions, comportements, attentes). Plus particulièrement, nous voulons examiner si l’offre culturelle territoriale constitue une ressource pour l’industrie locale. Pour ce faire, nous souhaitons rencontrer des participants qui accepteraient de nous accorder **un entretien confidentiel et anonyme** d’une durée **d’environ 90 minutes**. C’est à cet effet, M. Bouvier, que je sollicite votre collaboration.

Nous cherchons des hommes et des femmes :

- directeur créatif, directeur artistique, concepteur de jeux, concepteur de niveau, scénariste ou concepteur d’interfaces (animateur, illustrateur, etc.)
- salarié, contractuel ou travailleur autonome (*freelancer*)
- depuis au moins deux ans dans le domaine du jeu électronique, au Québec ou ailleurs

Une campagne d’entretiens aura lieu du **02 mai au 06 juin** 2005. Le lieu, l’heure et le jour des entretiens sont laissés à la convenance des participants. Pour convenir d’un rendez-vous ou pour tout supplément d’information, veuillez s’il vous plait me joindre aux coordonnées suivantes :

Téléphone : (514) 499 - 4063

Télécopieur : (514) 499 - 4065

Courriel : myrtille_valex@inrs-ucs.quebec.ca

Souhaitant sincèrement que vous nous accordiez cet entretien, veuillez agréer, M. Bouvier, l’expression de mes meilleurs sentiments.

P. S. : Si vous connaissez des gens qui répondent au profil recherché et qui pourraient être intéressés à participer à l’enquête, je serais heureuse que vous leur fassiez suivre cette invitation ou que vous me transmettiez leurs coordonnées. Un enquêteur ou moi-même se fera plaisir d’entrer en contact avec eux. Ce projet de recherche s’inscrit dans un programme de travail plus large, « Technoculture et emplois créatifs. Le multimédia à Montréal », sous la direction du professeur-chercheur Guy Bellavance. Vous trouverez ci-joint un descriptif plus détaillé de ce programme.

Bien cordialement,

Myrtille ROY-VALEX

Assistante de recherche, Doctorante en Études urbaines
INSTITUT NATIONAL DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
INRS - Urbanisation, Culture et Société (INRS-UCS)
3465 rue Durocher, Montréal (Québec), Canada H2X 2C6
Tél.: (514) 499-4063; myrtille_valex@inrs-ucs.quebec.ca

Responsable	Guy BELLAVANCE Professeur-chercheur, INRS-UCS
Collaborateur	Benoît LAPLANTE Professeur-chercheur, INRS-UCS
Assistants et stagiaires	Dimitri della Faille, assistant de recherche, INRS-UCS Laure de Verdalle, stagiaire post-doctorale, INRS-UCS Myrtille Valex, étudiante au doctorat en études urbaines, INRS-UCS
Contexte	L'enquête est financée par le <i>Conseil de recherche en sciences humaines du Canada</i> (CRSHC) dans le cadre d'une subvention de recherche triennale, 2001-2004
Objectifs	L'objectif général est d'explorer les impacts du multimédia et des nouveaux médias sur les marchés d'emplois et de produits culturels. Les entretiens visent plus particulièrement à documenter les répercussions de ce développement sur l'organisation du travail et de la main d'œuvre, notamment en matière de formation, de réseaux professionnels et d'implantation territoriale. Il s'agit à cet égard de documenter le cas d'une trentaine d'entreprises montréalaises représentant divers types d'organisation et de production : entreprises d'applications commerciales (jeux électroniques, sites web, animation 3d), organismes artistiques à buts non lucratifs et laboratoires institutionnels impliqués en art numérique ou multimédia. Les entretiens sont réalisés auprès des dirigeants et du personnel de ces entreprises et organismes, ainsi que d'un certain nombre d'utilisateurs des produits et services offerts par ces entreprises et ces organismes.
Méthodologie	<ul style="list-style-type: none"> • Étude de cas d'entreprises par entretiens semi-dirigés auprès de dirigeants, d'employés et d'utilisateurs du secteur du multimédia et des nouveaux médias à Montréal. • Un guide d'entretien a été élaboré. Les questions portent sur le profil de l'entreprise, le parcours professionnel des employés, la nature et usage des produits et projets développés par ces entreprises, et les conditions d'implantation locale de ces entreprises.
Durée et procédure	<ul style="list-style-type: none"> • L'entretien dure environ 90 minutes et est enregistré sur magnétophone. • Le chercheur fait signer un formulaire de consentement précisant aux participants les conditions d'utilisation des renseignements recueillis. La confidentialité des propos et l'anonymat des répondants sont garantis sur demande.
Utilisation des données et confidentialité	La collecte de données est faite à l'aide d'une grille d'entretien élaborée en fonction d'une problématique précise, permettant d'éviter de recueillir des renseignements personnels non pertinents à l'analyse. Les opérations de collecte sont réalisées par une équipe de recherche restreinte et dûment prévenue des règles de déontologie en vigueur. Dans le cadre des publications à venir, l'identité des participants qui n'ont pas requis l'anonymat, ainsi que des personnes et des entreprises mentionnées par eux en cours d'entretien, pourra être divulguée sous réserve d'approbation suite à la lecture du manuscrit.

ANNEXE III – FORMULAIRE DE CONSENTEMENT



Université du Québec

Institut national de la recherche scientifique

Urbanisation, Culture et Société

☐ 490, de la Couronne
Québec (Québec) G1K 9A9
CANADA

Téléphone : (418) 687-6400
Télécopieur : (418) 687-6425

☐ 2465, rue Durocher
Montréal (Québec) H2X 2C6
CANADA

Téléphone : (514) 499-4000
Télécopieur : (514) 499-4065

*TECHNO-CULTURE ET EMPLOIS CRÉATIFS :
LE MULTIMÉDIA À MONTRÉAL. Volet « Travail et Ville ».*

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Je, soussigné(e) _____, ayant obtenu toutes les informations concernant ce projet de recherche et reçu l'assurance que tous documents et enregistrements qui en sont issus seront conservés sous clé, accepte en toute liberté de participer à une entrevue enregistrée sur magnétophone et consens à ce que les informations que j'aurai fournies servent à des fins de recherche. J'ai l'assurance que les propos recueillis au cours de cet entretien seront traités de façon confidentielle et anonyme. Cependant, je suis conscient que, malgré toutes les précautions prises à cet effet, il demeure possible que je sois identifié de manière indirecte. Je conserve toutefois le droit de me retirer de la recherche en tout temps.

Signature

Date

ANNEXE IV – GUIDE D’ENTRETIEN

- Présentation générale de l’enquête : Programme de recherche « Technoculture et emplois créatifs. Le multimédia à Montréal ».
- Présentation de l’objet de ce volet : Travail et ville.
- 3 grandes dimensions seront explorées lors de l’entretien :
1/ Votre parcours professionnel; 2/ Votre travail, dans ses dimensions organisationnelles et pour ses aspects créatifs; 3/ Votre rapport général à Montréal, en particulier en ce qui a trait à son offre culturelle.
- Toutes les réponses sont bonnes. Ce qui nous intéresse, c’est votre expérience personnelle.
- Entretien anonyme et confidentiel. (Formulaire de consentement).

Dimensions	Sous-dimensions	Questions-consigne (►), exemples de questions (●) et de sous-questions de relance (...)
1. Les représentations de la dynamique de carrière		
► Si on commençait par prendre les choses au début, c’est-à-dire par parler un peu de votre parcours professionnel...		
Le parcours professionnel	<ul style="list-style-type: none"> - La relation formation/emploi - Les modalités d’entrée dans le secteur et l’entreprise - La mobilité professionnelle intra et intersectorielle - Réseau sociaux - Notoriété/ réputation 	<ul style="list-style-type: none"> ● Vous occupez le poste de (<i>titre du poste</i>) pour l’entreprise (<i>nom d’entreprise</i>). Pouvez-vous me raconter comment vous en êtes venus à occuper cet emploi? <p>... Comment s’est décidé le choix de votre orientation professionnelle? ... De connaître des gens, ça aide à se trouver du travail dans le domaine ? ... Est-ce que ça fait une différence d’être connu et reconnu par le milieu?</p>
Les ambitions professionnelles et le sens donné à l’activité	<ul style="list-style-type: none"> - Aspiration et anticipation - Attitudes générales et comportements particuliers en regard de la culture et de la technologie - Rapport au travail (sens, valeur, engagement) - Autres traits culturels dominants 	<ul style="list-style-type: none"> ● C’est le genre de travail que vous vouliez faire depuis longtemps ? <p>.... Attirance pour les nouvelles technologies / pour le jeu vidéo/ pour un travail de création ? ... Affiliations professionnelles et activités extra-professionnelles ? ... Satisfaction au travail</p>
2. Les représentations du cadre de travail et l’auto définition professionnelle		
► Maintenant, si on parlait de votre travail au jour le jour, de ce que vous faites au quotidien...		
La nature (contenu) du travail et les caractéristiques de l’activité/produit	<ul style="list-style-type: none"> - Types de savoirs et de compétences mobilisés - Le rapport à l’innovation - Perception/définition de la créativité - Art vs Commerce ; Art vs Science ; Art vs Gestion... - Le rapport travail/hors travail; travail/loisir 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pouvez-vous me décrire votre travail, quelles sont les tâches qui vous reviennent en propre ? ● Qu’est-ce que ça prend pour être un bon [<i>dénomination de l’emploi</i>] ? <p>... C’est important de se « tenir à jour », de savoir ce qui se fait ? Comment on y parvient ?</p>

Le processus créatif	<ul style="list-style-type: none"> - Source d'inspiration/émulation et modes d'apprentissage - Liens avec le « local » - Identification et caractérisation des relations : cercles professionnels et réseaux individuels ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Où trouvez-vous vos idées, votre inspiration, vos sources d'information pour le travail ? (médias, collègues, amis, environnement urbain...) <p>... Y-a-t-il des lieux ou des événements particulièrement significatifs, des passages obligés? (bibliothèques, colloques, foires, centres de recherche, réunion d'asso prof., etc.)</p> <p>... Faites-vous un lien entre vos activités en dehors de vos heures de travail et votre travail ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que vous avez des amis qui sont dans d'autres milieux professionnels? <p>... Avez-vous le sentiment de faire partie d'une communauté professionnelle?</p> <p>... Est-ce que, à vos yeux, les [dénomination de l'emploi] sont des artistes ? Aux yeux des autres?</p> <p>... Est-ce qu'il y a des relations entre vous, par exemple, qui êtes dans le milieu des jeux vidéo et d'autres secteurs du multimédia, comme par exemple, le secteur de l'art médiatique ou la conception de sites Web?</p> <p>... Est-ce qu'il y a des passerelles entre les différents domaines ou secteurs du multimédia?</p>
Le mode d'organisation de la production et le rapport aux collègues	<p>Les conditions d'exercice de l'activité (travail collaboratif, polyvalence vs spécialisation ; fc par projet, autonomie dans le travail, etc.)</p> <p>Stratégies de valorisation du travail « créatif » (base de négociation du statut dans l'entreprise, partage des tâches, arrangements autour du droit de la propriété intellectuelle...)</p> <p>Le rapport aux collègues (coopération, négociation, transaction, confiance...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pouvez-vous me décrire le déroulement d'un projet type et la part que vous y prenez ? <p>... Participez-vous à toutes les étapes de la production ? Êtes-vous en contact avec d'autres types d'employés? Comment ça se passe ?</p> <p>... Qu'est-ce qui, d'après vous, peut favoriser (ou freiner) la créativité ? (travail en équipe, nouvelle technologie, gestion du temps (flexibilité), relation aux clients, réseau de professionnels extérieurs, liens avec autres entreprises du secteur...)</p>
3. Les représentations de la localisation de choix		
► Si on parlait, pour terminer, des raisons qui vous ont amenés à vivre et travailler à Montréal		
L'attractivité du territoire <i>(proximité de la famille, coût de la vie, sécurité, immobilier/foncier, marché du travail, infrastructure, équipements culturels et loisirs urbains, capital réputationnel...)</i>	<p>Les attributs de la localité d'implantation</p> <p>Les usages de la ville en relation au travail et au hors travail</p> <p>L'attachement au lieu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce que c'est Montréal pour vous? <p>... Avantages/inconvénients</p> <p>... Avez-vous des incidents, des anecdotes ou des événements particuliers qui résument la ville pour vous?</p> <p>... Y a-t-il des lieux à Montréal pour lesquels vous ressentez une affection particulière?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce que ça vous apporte pour le travail de vivre à Montréal ?

L'occupation des lieux		<p>... Est-ce que la réputation de Montréal dans le domaine du jeu vidéo change quelque chose pour vous? ... Est-ce que vivre en ville est nécessaire à votre travail?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce que ça vous apporte personnellement de vivre à Montréal? • Est-ce que vous profitez beaucoup de la vie culturelle ? <p>... Ou?, quoi?, quand?, avec qui ? ... Avez-vous des amis actifs dans le milieu de l'art montréalais ? ... Est-ce que vous trouvez en ville, <i>dans</i> la ville, une source d'inspiration, de motivation, d'émulation bénéfique à votre travail ? (diversité culturelle et sociale de l'environnement urbain / stimulus visuels offerts par l'environnement urbain / renommée d'une tradition ou d'une expertise locale / effervescence des milieux artistiques et culturels ...)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les atouts que possède Montréal pour attirer et retenir des gens comme vous?
<p>4. Les représentations du futur</p> <p>► Pour conclure, pouvez-vous me dire où vous vous voyez dans dix ans?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment envisagez-vous votre avenir professionnel? • Si vous aviez à travailler ailleurs qu'à Montréal, où iriez-vous ? Y-a-t'il une ville qui vous fait rêver ? 		
<p>5. Variables sociodémographiques et socioprofessionnelles (Questions fermées, posées en rafale)</p>		
Occupation et mobilité	<ul style="list-style-type: none"> - Profession détaillée (titre et poste actuels, statut d'emploi) ? - Depuis combien de temps avec cet employeur ? - Durée moyenne avec le même employeur ? - Depuis combien de temps dans l'industrie (du jeu électronique/du multimédia) ? - Affiliation à des associations professionnelles ? 	
Profil socio-démographique	<ul style="list-style-type: none"> - Niveau de scolarité et champ de spécialité ? - Profession et scolarité des parents ? - Revenu personnel et familial annuel ? - Statut civil et nombre d'enfant (+ âge), s'il y a lieu ? - Occupation et scolarité du/de la conjointe ? - Âge ? 	
Profil géographique	<ul style="list-style-type: none"> - Lieu de naissance et langue maternelle ? - Lieu de la scolarité (ville, pays) ? - Lieu de résidence actuel (code postal) ? - Lieu du précédent emploi ? 	

ANNEXE V – GRILLE DE CODIFICATION (QSR NUD*IST)

The screenshot shows the QSR N6 software interface with the 'Node Explorer' pane. The tree structure is as follows:

- F - Free Nodes [2]
- Tree Nodes [144]
 - 1 Du territoire
 - 1 Mobilité géographique & Histoire résidentielle
 - 3 Attachement & identification
 - 4 Localisation_Facteurs (avantages&inconvenients)
 - 1 En lien au Travail
 - 1 Proximité du lieu de travail
 - 2 Sources d'inspiration_Émulation
 - 3 Bassin d'Emploi_Partenaires_Clients
 - 4 Réputation_Tradition_Savoir-faire
 - 5 Autres
 - 2 En lien à la Vie
 - 1 Proximité des services
 - 2 Conditions économiques
 - 3 Liens affectifs
 - 4 Qualité de vie
 - 5 Aspects culturels de la Qualité de vie
 - 3 En lien à l'Entreprise_Industrie
 - 5 Mt_Avantages & Inconvénients
 - 1 Diversité ethnoculturelle
 - 2 De l'énergie créative
 - 3 Offre culturelle+
 - 2 Du travail
 - 1 Rapport au travail
 - 1 Autodidaxie_Freelance & Travail atypique
 - 2 Entrepreneurial
 - 3 Réorientation_Carrière & Cheminement
 - 4 Motivation_Satisfaction & Intérêt
 - 2 Perception Monde_Marché du travail
 - 3 Trajectoire professionnelle
 - 1 Entrée Multimédia_Jeu_Raisons
 - 2 Entrée Multimédia_Jeu_Contexte&Modalités
 - 1 Formation professionnelle
 - 2 Expériences antérieures
 - 4 Contenu du travail
 - 1 Tâches&Compétences
 - 2 Innovation&Apprentissage
 - 3 Processus créatif_Sources d'inspiration
 - 4 Travail créatif_Contraintes
 - 5 Environnement de travail
 - 1 Env. Managérial_Organisationnel
 - 1 Projet type & organisation de la production
 - 2 Modèle d'affaire
 - 3 Relation clients_usagers
 - 4 Développement marché

Metadata at the bottom right: Created: 4:39 pm, S; Modified: 3:02 pm, F; Codes: 12045 text uni

The screenshot shows the QSR N6 software interface with the 'Node Explorer' pane. The tree structure is as follows:

- 4 Contenu du travail
 - 1 Tâches&Compétences
 - 2 Innovation&Apprentissage
 - 3 Processus créatif_Sources d'inspiration
 - 4 Travail créatif_Contraintes
 - 5 Environnement de travail
 - 1 Env. Managérial_Organisationnel
 - 1 Projet type & organisation de la production
 - 2 Modèle d'affaire
 - 3 Relation clients_usagers
 - 4 Développement marché
 - 5 GRH_Mode & politique de recrutement
 - 6 Créativité_Innovation et R&D
 - 2 Env. Culturel
 - 3 Env. Physique & Géographique
 - 6 Réseaux sociaux produits
 - 1 Réseaux_Extension sociale & Extension spatiale
 - 2 Réseaux_Constitution, Évolution & Lien aux organisations
 - 3 Réseaux_Fcts, Utilités, Importance
- 3 De l'industrie
 - 1 Plan culturel
 - 1 langue de travail
 - 2 Plan organisationnel
 - 1 Secteurs_Marchés
 - 2 Organisation de la production
 - 3 ...
 - 4 GRH_Mode & Politique de recrutement
 - 5 Marché réputationnel
 - 6 Créativité_Innovation et R&D
 - 3 Histoire & Évolution
 - 4 Univers produits & Passerelles
- 4 De la personne
 - 2 Identité sociale_professionnelle
 - 1 Autodéfinition professionnelle & Mondes perçus
 - 2 Affiliation professionnelle
 - 4 Culture, Loisirs & Style de vie
 - 1 Ville vs banlieue
 - 2 Consommation culturelle
 - 1 Locomotion
 - 3 Jeux & Technoculture
 - 4 Rapport à la création
 - 5 Rapport à la technologie
 - 5 Aspirations & Plans d'avenir
- 5 Attributs
 - 1 Occupation
 - 2 Profil démographique

Metadata at the bottom right: Created: 5:12 pm, Sept; Modified: 2:53 pm, Jun; Codes: 91 text units in 7

ANNEXE VI – QUESTIONNAIRE



Université du Québec
Institut national de la recherche scientifique
Urbanisation, Culture et Société

☐ 490, de la Couronne
Québec (Québec) G1K 9A9
CANADA

Téléphone : (418) 687-6400
Télécopieur : (418) 687-6425

☐ 3465, rue Durocher
Montréal (Québec) H2X 2C6
CANADA

Téléphone : (514) 499-4000
Télécopieur : (514) 499-4065

TECHNO-CULTURE ET EMPLOIS CRÉATIFS : LE MULTIMÉDIA À MONTRÉAL. Volet « Travail & Ville »

QUESTIONNAIRE

Ce questionnaire est anonyme. Il a pour objectif de compléter par des informations de nature plus objective l'entretien qualitatif.

1. Suivez-vous les activités de ces organismes, centres d'artistes, festivals ou événements ?
Merci de cocher pour chaque ligne la case correspondant à la réponse qui vous convient le mieux.

	Jamais	Parfois	Souvent	Toujours	Ne connais pas
4D-Art	<input type="checkbox"/>				
Agence Topo	<input type="checkbox"/>				
Champ libre	<input type="checkbox"/>				
Corps-Indice	<input type="checkbox"/>				
Elektra	<input type="checkbox"/>				
Kondition Pluriel	<input type="checkbox"/>				
M.E.G.	<input type="checkbox"/>				
Molior	<input type="checkbox"/>				
Mutek	<input type="checkbox"/>				
Oboro	<input type="checkbox"/>				
Perte de Signal	<input type="checkbox"/>				
PRIM	<input type="checkbox"/>				
S.A.T.	<input type="checkbox"/>				
Studio XX	<input type="checkbox"/>				
Vidéographe	<input type="checkbox"/>				

Merci beaucoup pour votre participation.

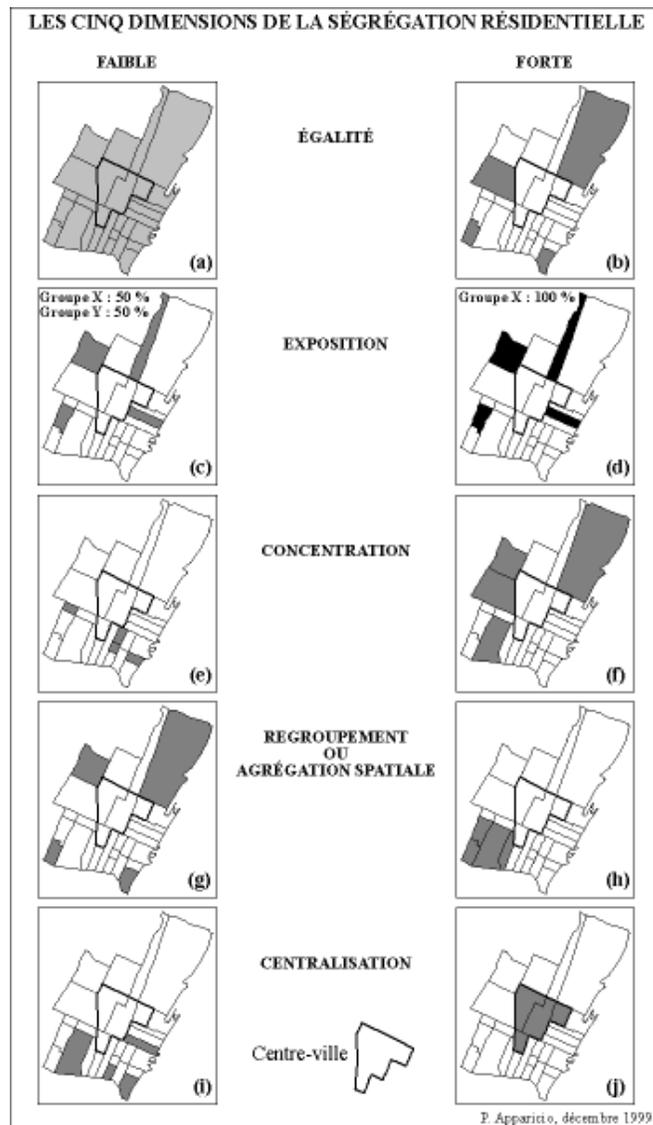
ANNEXE VII – SECTEUR CULTUREL CRÉATIF

CNP 2001 - Ensemble des occupations du secteur des arts, de la culture et des médias	
1- Occupations artistiques couvertes par les lois sur le statut de l'artiste	
5244	Artisans
5136	Peintres, sculpteurs et autres artistes des arts plastiques
5121	Auteurs, rédacteurs, écrivains
5131	Producteurs, réalisateurs, chorégraphes et assimilés
5132	Chefs d'orchestre, compositeurs, arrangeurs
5133	Musiciens et chanteurs
5134	Danseurs
5135	Acteurs et comédiens
5231	Annonceurs et animateurs de la radiotélévision
5232	Autres artistes du spectacle
5243	Ensembliers de théâtre, concepteurs d'expositions et autres concepteurs artistiques
5222	Cadreurs de films et vidéos
2- Autres occupations culturelles et des médias	
<i>2a) Direction dans le domaine des arts, de la culture et des médias</i>	
0512	Directeurs de l'édition, du cinéma, de la radiotélévision et du spectacle
0511	Directeurs de bibliothèques, d'archives, de musée et de galeries d'art
2b) Autres professionnels des beaux-arts, des arts appliqués et de l'architecture	
5221	Photographes
5242	Designers d'intérieur
2252	Designers industriels
2251	Technologues et techniciens de l'architecture
2152	Architectes du paysage
2151	Architectes
2c) Techniciens des beaux-arts et des arts appliqués	
5223	Techniciens en graphisme
5212	Personnels techniques des musées et galeries d'art
2d) Autres professionnels de l'écrit	
5123	Journalistes
5124	Professionnels des relations publiques et des communications
5125	Traducteurs, terminologues et interprètes
5122	Réviseurs et chefs du service des nouvelles
2e) Professionnels du multimédia	
2174	Programmeurs et développeurs en médias interactifs
2175	Concepteurs et développeurs Web
5241	Graphistes et illustrateurs
2f) Techniciens et soutien de l'audiovisuel et des arts de la scène	
5224	Techniciens radiotélévision
5225	Techniciens enregistrement audio et vidéo
5226	Autres personnels techniques du cinéma, de la radiotélévision et des arts de la scène
5227	Personnels de soutien et aides dans le cinéma, la radiotélévision et les arts de la scène
9474	Développeurs de films et de photographies
2g) Professionnels des bibliothèques et des archives	
5111	Bibliothécaires
5112	Restaurateurs et conservateurs
5113	Archivistes
2h) Commis et techniciens bibliothèques et archives	
5211	Techniciens et assistants bibliothèques et archives
1413	Commis au classement et à la gestion des documents
1451	Commis de bibliothèque

ANNEXE VIII – DIMENSIONS DE LA SÉGRÉGATION

Les cinq dimensions de la ségrégation résidentielle selon Massey et Denton (1988)

Source : extrait de P. Apparicio (2000: 3 et 5)



L'égalité renvoie à la distribution d'un ou plusieurs groupes de population à travers les unités spatiales de recensement de l'aire métropolitaine ("boroughs" en Angleterre, secteurs de recensement au Canada, "census tract" aux Etats-Unis, quartiers ou îlots en France). Les indices dits d'égalité mesurent la surreprésentation ou la sous-représentation d'un groupe dans les unités spatiales : un groupe de population est ségrégué s'il est inégalement réparti dans les unités spatiales.

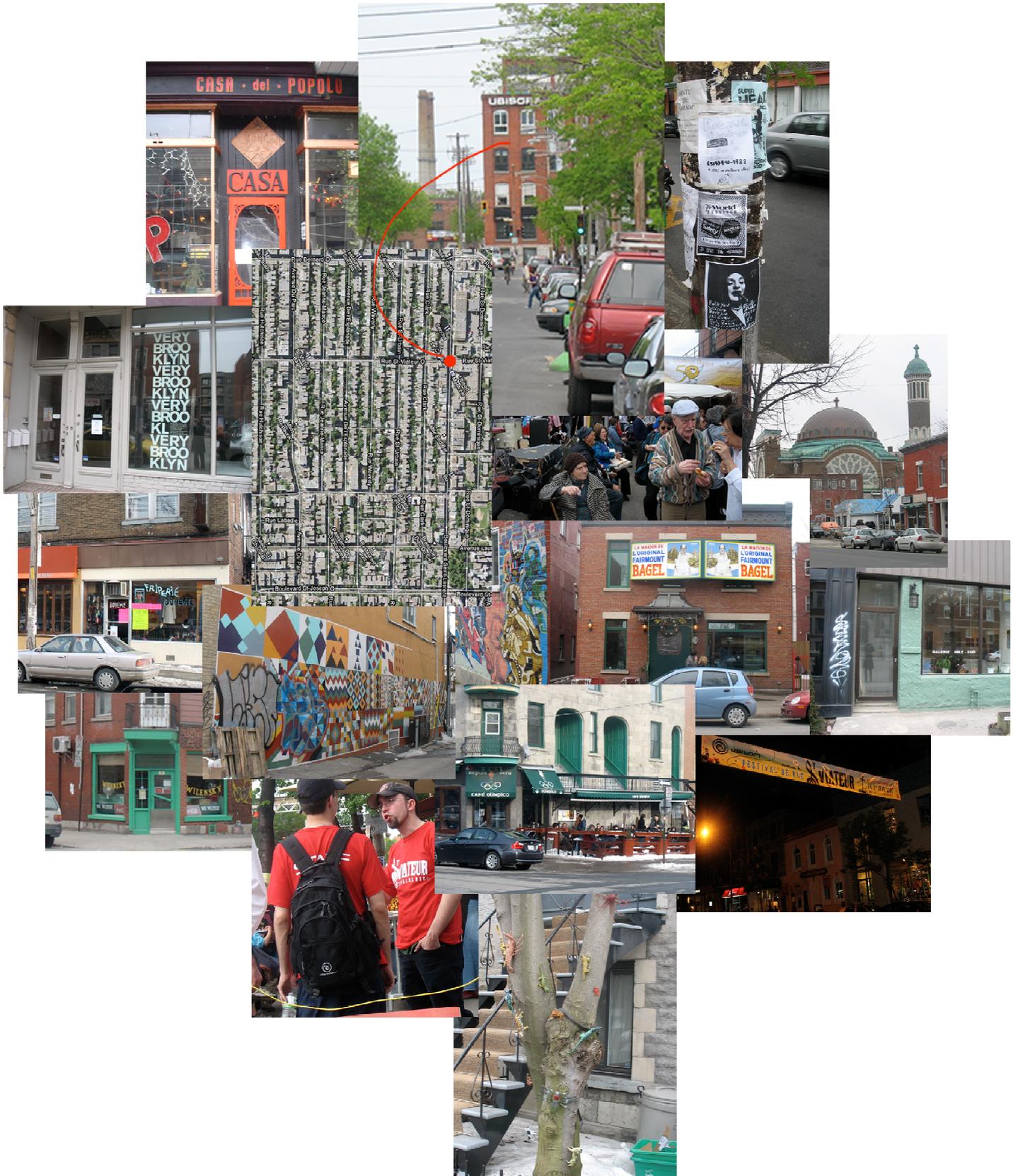
L'exposition est le degré de contact potentiel ou la possibilité d'interaction entre les membres du même groupe (unigroupe) ou entre les membres de deux groupes (intergroupe) à l'intérieur des unités spatiales. Elle mesure la probabilité qu'un membre d'un groupe rencontre un membre de son groupe ou un membre d'un autre groupe dans son unité spatiale.

La concentration réfère à l'espace physique occupé par un groupe (en termes de superficie). Plus un groupe occupe une faible partie du territoire d'une ville, plus il est concentré.

L'agrégation spatiale : plus un groupe occupe des unités spatiales contigües, formant ainsi une enclave dans la ville, plus il est regroupé et donc ségrégué du point de vue de cette dimension. A l'inverse, plus un groupe occupe des unités spatiales éloignées les unes des autres, plus l'agrégation est faible.

La centralisation mesure la proximité du groupe au centre de l'aire métropolitaine (le "central district business" et ses environs). Plus un groupe est localisé près du centre-ville, plus il est centralisé. [...] La centralisation est une composante de la ségrégation résidentielle [ethnique] peu applicable dans de nombreuses villes européennes, et même dans certaines villes nord-américaines, où les quartiers du centre ont connu ces dernières décennies un mouvement de gentrification.

ANNEXE IX – LE MILE END EN IMAGES



BIBLIOGRAPHIE

- Abecassis-Moedas, C. et P.-J. Benghozi. 2005. «Design configurations in fashion and design industries». *Economia della Cultura*, no 2. En ligne: <http://gdrtics.u-paris10.fr/pdf/ecoles/sept2005/supportBenghozi-1.pdf> (version auteur).
- Abramo, P. 1996. « La régulation et le régime urbain : La structure urbaine, sa reproduction et le capital ». *Multitudes Web*, vol. 5. En ligne: <http://multitudes.samizdat.net/La-regulation-et-le-regime-urbains>.
- ACNielsen et DJC Research. 1999. *Profil de l'industrie du multimédia*. Rapport d'étude soumis à Patrimoine canadien, Industrie Canada, Développement des ressources humaines Canada, Affaires étrangères et Commerce international. Toronto: ACNielsen et DJC Research.
- Adorno, T.W. et M. Horkheimer. 1974 [1944-1947] «La production industrielle de biens culturels». Dans *La Dialectique de la raison* [traduction française de Eliane Kaufholz], p. 129-176. Paris: Tel Gallimard.
- Ambrosino, C. 2008. «Du quartier d'artistes au cluster culturel, perspective londonienne.». Dans *Arts et territoires : vers une nouvelle économie culturelle?* (Québec, 76e Congrès de l'ACFAS, 6-7 mai 2008): Montréal: INRS-UCS.
- Ancil, P. 2002. *Saint-Laurent: La Main de Montréal*. Sillery: Septentrion et Musée Pointe à Callières.
- Andersen, K.V. et M. Lorenzen (2007). *Geography of the European creative class: A rank size analysis*. DRUID Working Paper no 07-17. Copenhagen, Copenhagen Business School.
- Aoyama, Y. et H. Izushi. 2004. «Creative foundations of the japanese video game industry». Dans *Cultural Industries and the Production of Culture*, sous la dir. de D.A. Power et A.J. Scott, p. 110-129. Londres et New York: Routledge.
- Aoyama, Y. et H. Izushi. 2003. «Hardware gimmick or cultural innovation? Technological, cultural, and social foundations of the japanese video game industry». *Research Policy*, vol. 32, no 3, p. 423-444.
- Apparicio, P. 2000. «Les indices de ségrégation résidentielle : un outil intégré dans un système d'information géographique». *Cybergeo : European Journal of Geography*, no 134. En ligne: <http://www.cybergeo.eu/index12063.html>. Consultation le 30 septembre 2006.
- Arthur, M.B. et D.M. Rousseau. 1996. *The boundaryless career, a new employment principle for a new organisational era*. New York: Oxford University Press.
- Ascher, F. 2007. *Examen clinique. Journal d'un hypermoderne*. Paris: éditions de l'Aube.
- Ascher, F. 1995. *Métapolis ou l'avenir des villes*. Paris: Odile Jacob.

- ASEM (Asia-Europe Meeting). 2005. «Compte-rendu de la deuxième réunion des ministres de la culture de l'ASEM ». (Paris, 7-8 juin 2005): Ministère de la Culture et de la Communication. En ligne: <http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/dossiers-presse/asem05.html>. Consultation le 08/02/06.
- Asheim, B., L. Coenen, J. Moodysson et J. Vang. 2007. «Constructing knowledge-based regional advantage: implications for regional innovation policy International». *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, vol. 7, no 2-5, p. 140 - 155.
- Asheim, B., L. Coenen et J. Vang. 2007. «Face-to-face, buzz, and knowledge bases : Sociospatial implications for learning, innovation, and innovation policy». *Environment and Planning C: Government and Policy*, vol. 25, no 5, p. 655 à 670.
- Asheim, B., J. Vang-Lauridsen et H.K. Hansen (2005). The creative class and regional growth: Towards a knowledge based approach. CIRCLE Electronic Working Paper Series no 2005-15. Lund, Université de Lund, Centre for Innovation, Research and Competence in the Learning Economy.
- Atkinson, R. et G. Bridge (dir.). 2005. *Gentrification in a global context : the new urban colonialism*. Londres: Routledge.
- Attau, J. 2001. «L'histoire artistique de l'Europe ». Dans *Les frontières de l'Europe*, sous la dir. de É. Barnavi et P. Goossens. Bruxelles: De Boeck Université.
- Auguyard, J.-F. (2005). « Spectacteur » urbain d'une culture « hors les murs ». Culture et Recherche no 106-107: Démocratisation culturelle, diversité culturelle, cohésion sociale (sous la dir. de C. Rouot et P. Mayol). Paris, Ministère de la culture et de la communication.
- Authier, J.-Y. 2002. «Habiter son quartier et vivre en ville : les rapports résidentiels des habitants des centres anciens». *Espaces et Sociétés: Espaces modes d'emploi*, no 108-109, p. 89-110.
- Authier, J.-Y. et C. Bidou-Zachariassen. 2008. «Editorial. La question de la gentrification urbaine.». *Espaces et Sociétés*, vol. 132-133, no 1-2, p. 13-22.
- Autier, F. et T. Picq. 2002. «Gestion stratégique des ressources humaines dans le secteur du jeu vidéo : une situation paradoxale ?». *Revue de gestion des ressources humaines*, no 45, p. 6-19.
- Azaïs, C., A. Corsani et P. Dieuaide (dir.). 2001. *Vers un capitalisme cognitif*. Paris: L'Harmattan.
- Azmier, J.J. 2002. *Culture and economic competitiveness : an emerging role for the arts in Canada*. Calgary: Canada West Foundation.
- Baeker, G. (2003). Préparer la scène. Document préparatoire au colloque « Faire compter la culture: examiner les éléments constitutifs de la citoyenneté culturelle », organisé en novembre 2003 par le Réseau canadien de recherche culturelle (RCRC), le ministère du Patrimoine canadien et l'Université d'Ottawa. Toronto, Euclid Canada. En ligne: <http://66.46.139.215/ccrndocs/library/1.Challenge Papers/1b. Baeker - Preparer la scene.pdf> Consultation le 20/10/04.

- Bakhshi, H. et E. McVittie. 2009. «Creative supply-chain linkages and innovation: Do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy?». *Innovation: Management, Policy and Practice*, vol. 11, no 2.
- Banks, M. 2009. «Fit and working again? The instrumental leisure of the 'creative class'». *Environment and Planning A*, vol. 41, no 3, p. 668-681.
- Barrère, C. 2006. «Les liens entre culture, industries culturelles et industries créatives ». Dans *Création et diversité au miroir des industries culturelles*, sous la dir. de X. Greffe, p. 193-226. Paris: La Documentation française.
- Barrieau, N. 2004. *Le secteur culturel au Canada Atlantique: impact économique et potentiel d'exportation*. Moncton: Institut canadien de recherche sur le développement régional.
- Bassett-Jones, N. 2005. «The paradox of diversity management, creativity and innovation». *Creativity and Innovation Management*, no 14, p. 169-175.
- Baudelaire, C. 1990 [1863] «Le peintre de la vie moderne». Dans *Curiosités esthétiques. L'Art romantique et autres œuvres critiques*. Textes établis par Henri Lemaitre. Paris: Garnier.
- Baudelot, C. et M. Gollac. 2003. *Travailler pour être heureux ? Le bonheur et le travail en France*. Paris: Fayard.
- Baudrillard, J. 1970. *La société de consommation, ses mythes, ses structures*. Paris: Éditions Denoël.
- Baumol, W. et W. Bowen. 1966. *Performing arts. The economic dilemma: A Study of Problems Common to Theater, Opera, Music and Dance*. New York: Ashgate Publishing.
- Bautès, N. et E. Valette. 2004. «Miniature painting, cultural economy and territorial dynamics in Rajasthan, India». *Routledge Studies in International Business and the World Economy*, no 33, 2004, p. 207-223.
- Bayliss, D. 2007. «The rise of the creative city: culture and creativity in copenhagen». *European Planning Studies*, vol. 15, no 7, p. 889-903.
- Beaud, S. et F. Weber. 1997. *Guide de l'enquête de terrain : produire et analyser des données ethnographiques*. Coll. «Guides Repères». Paris: La Découverte.
- Beaudoin, P. (2007). *Les arts numériques à Montréal - Le capital de l'avenir*. Montréal, Ville de Montréal.
- Beaudry, C. et A. Schiffauerova. 2009. «Who's right, Marshall or Jacobs? The localization versus urbanization debate». *Research Policy*, vol. 38, no 2, p. 318-337.
- Becattini, G. 1992a. «Le district industriel : milieu créatif». *Espaces et Sociétés*, no 66-67, p. 147-163.

- Becattini, G. 1992b. «Le district marshallien: une notion socio-économique». Dans *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, sous la dir. de G. Benko et A. Lipietz, p. 35-55. Paris: PUF.
- Beck, U. 1992. *Risk society: Towards a new modernity*. New Deli: Sage.
- Becker, H. 1982. *Art worlds*. Berkeley et Los Angeles: University of California Press.
- Bell, D. 1973. *Coming of post-industrial society: A venture in social forecasting*. New York: Basic Books.
- Bellavance, G. 2000. *Démocratisation de la culture ou démocratie culturelle? Deux logiques d'action publique*. Ste-Foy, QC: Presses de l'Université Laval.
- Bellavance, G. 1996. «De la dénonciation et de la justification de l'art moderne». *Possibles*, vol. 20, no 1, p. 101-119.
- Bellavance, G. et J.-P. Fourmentraux. 2003. «New media, new economy and the arts : Artists, entrepreneurs, and scientists in the multimedia industry ». Dans *6th ESA-Conference* (Murcia, Espagne, 23-26 septembre 2003).
- Bellavance, G. et G. Gauthier. 2003. «A-t-on réussi à démocratiser la culture? ». Dans *L'annuaire du Québec 2004*, sous la dir. de M. Venne, p. 520-531. Montréal: Éditions Fides.
- Bellavance, G. et D. Latouche. 2008. «Les ateliers d'artistes dans l'écosystème montréalais : Une étude de localisation». *Recherches sociographiques*, vol. 49, no 2, p. 231-260.
- Bellavance, G., M. Roy-Valex et L. De Verdalle. 2006. *Distinction, omnivorisme et dissonance. La sociologie du goût entre démarches quantitative et qualitative*. Coll. «OPuS-Sociologie de l'art, « Question de méthode, hier et aujourd'hui ». », no 9-10. Paris: L'Harmattan.
- Benhamou, F. 2001. *L'économie de la culture*. 3e édition. Paris: La Découverte.
- Benjamin, W. 2008 [1939] *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*. Coll. «Folioplus Philosophie». Paris: Editions Gallimard.
- Benko, G. 2007. «Territoires et sciences sociales ». Dans *Régimes territoriaux et développement local*, sous la dir. de X. Itçaina, J. Palard et S. Ségas, p. 105-112. Rennes: Presses de l'Université de Rennes.
- Benko, G. et A. Lipietz (dir.). 2000. *La Richesse des régions. La nouvelle géographie socio-économique*. . Paris: Puf.
- Benko, G. et A. Lipietz (dir.). 1992. *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux. Les nouveaux paradigmes de la géographie économique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Bernard, A.J.M. 2003. «Industrie». Dans *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, sous la dir. de J. Lévy et M. Lussault, p. 501-506. Paris: Belin.

- Bernié-Boissard, C. 2008. «Développement culturel : genèse et temporalités ». Dans *Le développement culturel : un avenir pour les territoires ?* (Nîmes, Université de Nîmes, 17-18 avril 2008, 17-18 avril 2009), sous la dir. de L.-S. Fournier, D. Crozat, C. Chastagner et C. Bernié-Boissard. En ligne: http://recherche.univ-montp3.fr/artdev/colloque8/textes/Bernie-Boissard_Catherine.pdf.
- Berry, B.J.L. 1980. «Inner city futures: an American dilemma revisited». *Transactions of the Institute of British Geographers*, vol. 5, no 1, p. 1-28.
- Bertaux, D. 2005. *L'enquête et ses méthodes : Le récit de vie* Coll. «128. Sociologie». Paris: Armand Colin.
- Bertaux, D. 1997. *Les récits de vie. Perspective ethnosociologique*. Paris: Nathan Université.
- Bertaux, D. et I. Bertaux-Wiame. 1980. *Une enquête sur la boulangerie artisanale*. Rapport soumis au CORDES (Commissariat au Plan).
- Bianchini, F. et M. Parkinson. 1993. *Cultural policy and urban regeneration. The West European experience*. Manchester/New York: Manchester University Press.
- Bidou-Zachariassen, C. 2003. *Retours en ville. Des processus de "gentrification" urbaine aux politiques de "revitalisation" des centres*. Paris: Descartes et Cie, Les urbanités.
- Blanc, M. 1979. «De la rénovation urbaine à la restauration». *Espaces et Sociétés*, no 30/31, p. 5-14.
- Blanchet, A. et A. Gotman. 1992. *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Paris: Nathan.
- Boltanski, L. 1982. *Les cadres. La formation d'un groupe social*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Boltanski, L. et È. Chiapello. 1999. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Coll. «essais». Paris: Éditions Gallimard.
- Boltanski, L. et L. Thévenot. 1991. *De la justification. Les économies de la grandeur*. Coll. «Essais». Paris: Gallimard.
- Bonnet, L. et E. Négrier. 2003. «L'observation culturelle face à la globalisation. Quelles sources d'information pour évaluer quels objectifs de politique culturelle? ». Dans *Les statistiques face aux défis de la diversité culturelle dans un contexte de globalisation: actes de colloque* (Montréal, 21-23 octobre 2002), p.101-116. Québec: UNESCO Institute for Statistics et Institut de la Statistique du Québec.
- Bordeleau, D. 2003. «Gouvernance et construction sociale. Le cas du Faubourg des Récollets de Montréal : du Carrefour des Arts et des Technologies à la Cité du Multimédia ». Thèse de doctorat, Montréal, Université du Québec à Montréal.
- Boschma, R. 2005. «Proximity and innovation:a critical assessment». *Regional Studies*, vol. 39, no 1, p. 61-74.
- Boschma, R. et M. Fritsch (2007). Creative class and regional growth. Empirical evidence from eight European countries, Jena Economic Research Papers, 2007-066 En ligne:

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1023869&rec=1&srcabs=101773
6. Consultation le 01/11/07.

- Bossu, B., B. Tranchant et J.-C. Vignot. 1996. «Dossier: culture. Villes, histoire et festivités». *Communes, départements et régions de France*, no 349, p. 20-31.
- Bourdieu. 1979. *La Distinction, critique sociale du jugement*. Coll. «Le Sens commun». Paris: Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. 1992. *Les règles de l'art : genèse et structure du champ littéraire*. Coll. «Libre examen». Paris: Seuil.
- Bourdieu, P. 1971. «Le marché des biens symboliques ». *L'Année sociologique*, no 22 p. 49–126.
- Bourdin, A. 2008. «Gentrification : un « concept » à déconstruire». *Espaces et Sociétés: La gentrification urbaine*, vol. 132-133, no 1-2, p. 23-37.
- Bourne, L.S. 1993. «Close together and worlds apart: An analysis of changes». *Urban Studies*, no 30, p. 1293-1318.
- Bradford, N. 2004. *Creative cities: Structured policy dialogue report*. Ottawa: Canadian Policy Research Network (CPRN). En ligne: http://www.cprn.ca/documents/31340_en.pdf. Consultation le 03/02/05.
- Brault, S. 2009. *Le facteur C. L'avenir passe par la culture*. Montréal: Voix parallèles.
- Brault, S. (2004). Arts, culture et créativité. Extrait d'un discours présenté lors de la conférence fédérale-provinciale des ministres de la culture. (Halifax, 30 octobre, 2004). En ligne: <http://www.canadacouncil.ca/nouvelles/discours/nm127457903791383125.htm>. Consultation le 06/02/06.
- Brooks, D. 2000. *Bobos in paradise : the new upper class and how they got there*. New York: Simon & Schuster.
- Bryson, B. 1996. «'Anything but heavy metal': Symbolic exclusion and musical dislikes». *American Journal of Sociology*, vol. 3, no 102, p. 884-899.
- Cadin, L., A.-F. Bender, V.d.S. Giniez et J. Pringle. 2000. «Carrières nomades et contextes nationaux ». *Gestion des ressources humaines*, no 37-38, p. 76-96.
- Cadin, L., A.-F. Bender et V.D. Saint-Ginez. 1999. «Au-delà des murs de l'entreprises, les carrières nomades, facteur d'innovation». *Revue Française de Gestion*, no 126, p. 47-55.
- Cadin, L. et F. Guerin. 2006. «What can we learn from the video games Industry ?». *European management journal*, vol. 24, no 4, p. 248-255.
- Cadin, L. et F. Guérin. 2006. «Guest Editorial ». *European management journal*, vol. 24, no 4, p. 247.

- Cadin, L., F. Guerin et R. DeFillippi. 2006. «HRM practices in the video games industry: Industry or country contingent?». *European management journal*, vol. 24, no 4, p. 288-298.
- Cadin, L., F. Guérin et R. Defillippi. 2004. «La GRH dans les entreprises du secteur des jeux vidéo entre contingences sectorielle et nationale». Dans *Actes du XVème Congrès de l'Association francophone de gestion de ressources humaines "La GRH mesurée !"* (Montréal, Université du Québec à Montréal, 1-4 septembre 2004), p.288-298. En ligne: http://www.agrh2004-esg.uqam.ca/pdf/Tome1/Cadin_Guerin_Defillipi.pdf.
- Camagni, R., D. Maillat et A. Matteaccioli (dir.). 2004. *Ressources naturelles et culturelles, milieux et développement local*. Neuchâtel: Institut de recherches économiques et régionales, Editions EDES.
- Cameron, S. et J. Coaffee. 2005. «Art, gentrification and regeneration - From artist as pioneer to public arts». *European Journal of Housing Studies*, vol. 5 no 1, p. 39-58.
- Carluer, F. 2006. «Réseaux d'entreprises et dynamiques territoriales : une analyse stratégique». *Géographie, Economie, Société*, vol. 8, no 2, p. 193-214.
- Cassell, J. et H. Jenkins. 1998. «Chess for girls? Feminism and computer games». Dans *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, sous la dir. de J. Cassell et H. Jenkins, p. 2 - 46. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Castells, M. et J.H. Mollenkopf. 1991. *Dual city : restructuring New York*. New York: Russell Sage Foundation.
- Castonguay, A. 2004. «Electronique Arts ouvre son studio montréalais ». *Le Devoir*, jeudi 18 mars.
- Caulfield, J. 1989. «Gentrification and desire». *Canadian Review of Sociology and Anthropology*, vol. 26, p. 617-632.
- Caves, R.E. 2000. *Creative industries : contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press, 454 p.
- CE. 1998. *La culture au coeur : contribution au débat sur la culture et le développement en Europe*. Strasbourg: Conseil de l'Europe. Groupe de travail européen sur la culture et le développement.
- Center for an Urban Future. 2002. *The creative engine. How arts & culture is fueling economic growth in New York City neighborhoods*. New York: Center for an Urban Future.
- Century, M. 1999. *Pathways to innovation*. Dans Digital Culture, rapport préparé pour le Rockefeller Foundation, Arts & Humanities section. New York.
- Chalas, Y. 2000. *L'invention de la ville*. Paris: Anthropos.
- Chantelot, S. (2009). "La géographie de la classe créative : une application aux aires urbaines françaises". Texte de la communication présentée au XLVI^e colloque de l'ASRDLF: Entre projets locaux de développement et globalisation de l'économie : quels équilibres pour les espaces régionaux ? . (Clermont-Ferrand, 6 au 8 juillet

- 2009). En ligne: http://www.asrdlf2009.com/propositions/final/upload_final/chantelot_classe_creative_asrdlf.pdf. Consultation le 23/11/09.
- Chantelot, S. (2004). "Disparités régionales d'innovation en France : une approche par le capital humain créatif". Texte de la communication présentée au XI^{ème} colloque de l'Association de Science Régionale de Langue Française (ASRDLF). (Bruxelles, 1-3 septembre 2004). En ligne: <http://www.ulb.ac.be/soco/asrdlf/documents/Chantelot.pdf>. Consultation le 06/08/05.
- Charron, M. et R. Shearmur. 2005. «La ségrégation économique comme un phénomène complexe : une analyse spatio-temporelle du cas montréalais». *The Canadian Geographer / Le Géographe Canadien*, vol. 49, no 4, p. 332-351.
- Chiappello, È. 1998. *Artistes versus managers*. Paris: Métailié.
- Chrétien, D. 2004. «Le nouvel Indice Macadam. Les mythes de la métropole ». *L'Actualité*, vol. 29, no 8, 15 mai 2004, p. 31.
- Christopherson, S. 2004. «The divergent worlds of new media: How policy shapes work in the creative economy». *Review of Policy Research*, vol. 21, no 4, p. 543-558.
- Christopherson, S. 2002. «Project work in context: regulatory change and the new geography of media». *Environnement and Planning A*, vol. 34, no 11, p. 2003-2015.
- Christopherson, S. et M. Storper. 1986. «The city as studio, the world as back lot: The impact of vertical disintegration on the location of the motion picture industry». *Environment and Planning D, Society and Space*, vol. 4, no 3, p. 305-320.
- Clair, J. 2007. *Malaise dans les musées*. Coll. «Café Voltaire». Paris: Flammarion.
- Clark, T.N. (dir.). 2003. *The city as an entertainment machine*. Oxford: Oxford Elsevier Ltd.
- Clark, W.A.V. 1987. «The Roepke lecture in economic geography, urban restructuring from a demographic perspective». *Economic Geography*, no 2, p. 102-125.
- Clerval, A. 2008. «Les anciennes cours réhabilitées des faubourgs : une forme de gentrification à Paris». *Espaces et Sociétés*, no 132-133, p. 91-106.
- CMM (2004). Cap sur le monde : pour une région métropolitaine de Montréal compétitive. Projet de plan de développement économique. Montréal, Communauté métropolitaine de Montréal (CMM).
- CNUCED. 2008. *Rapport sur l'économie créative 2008. Le défi de l'évaluation de l'économie créative et de l'élaboration de politiques responsables*. Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED), Programme des Nations Unies sur le développement (PNUD).
- Coalter, F. 2001. *Realising the potential of cultural services: The case for the arts*. Londres: Local Government Association (LGA).

- Coffey, W. 1995 [1992]. «Géographie, économie, science régionale ». Dans *Encyclopedie de géographie*, sous la dir. de A. Bailly, R. Ferras et D. Pumain, p. 141-157. Paris: Economica.
- Cohen, J., E. Decoster et M. Tabariés. 2002. *Dynamiques spatiales de la Cité scientifique Paris sud : innovation, compétitivité, territoire*. Rapport soumis au CNRS pour le programme: les enjeux économiques de l'innovation. Paris: Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne., 81 p.
- Cohendet, P., D. Grandadam et L. Simon (2009). *Anatomy of the creative city*. Working Paper. Montréal, HEC Montréal.
- Cohendet, P. et L. Simon. 2008. «Knowledge intensive firms, communities and creative cities». Dans *Community, Economic Creativity*, sous la dir. de A. Amin et J. Roberts, p. 227-254. Oxford: Oxford University Press.
- Cohendet, P. et L. Simon. 2007. «Playing across the playground: paradoxes of knowledge creation in the videogame firm». *Journal of organizational behavior*, vol. 28, no 5, p. 587-605.
- Cohendet, P., L. Simon, F.S. Parellada et J.V. Pasola. 2009. «Les villes créatives : Une comparaison Barcelone - Montréal ». *Management international / International Management / Gestión Internacional*, vol. 13, p. v-xii.
- Colletis, G. et B. Pecqueur. 1993. «Intégration des espaces et quasi-intégration des firmes : vers de nouvelles rencontres productives ? ». *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, no 3, p. 489-507.
- Conference Board du Canada. 2008. *Valoriser notre culture: Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada*. Rapport préparé pour Le Forum International sur l'Économie Créative. Ottawa: Conference Board du Canada.
- Cooke, P. et L. Lazzeretti (dir.). 2008a. *Creative cities, cultural clusters and local economic development*. Cheltenham et Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Cooke, P. et L. Lazzeretti. 2008b. «Creative cities: an introduction ». Dans *Creative cities, cultural clusters and local economic development*, sous la dir. de P. Cooke et L. Lazzeretti, p. 1-24. Cheltenham et Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Corcuff, P. 2001. «Usage sociologique de ressources phénoménologiques : un programme de recherche au carrefour de la sociologie et de la philosophie». Dans *Phénoménologie et sociologie*, sous la dir. de J. Benoist et B. Karsenti. Paris: PUF.
- Corcuff, P. 1995. *Les nouvelles sociologies. Constructions de la réalité sociale*. Paris: Nathan-Armand Colin.
- Coriat, B. 1989. «Le débat théorique sur la désindustrialisation: arguments, enjeux et perspectives ». *Économie appliquée*, vol. 42, no 4, 1989, p. 31-66.
- Coris, M. et Y. Lung. 2005. «Les communautés virtuelles : la coordination sans proximité? Les fondements de la coopération au sein des communautés du logiciel libre». *RERU*, vol. 3, 2005, p. 397 - 420.

- Cornford, J. et D. Charles. 2001. *Culture cluster mapping and analysis*. Rapport produit pour ONE North East. Newcastle: Centre for Urban and Regional Development Studies (CURDS), University of Newcastle upon Tyne.
- Costa, P. 2008. «Creativity, innovation and territorial agglomeration in cultural activities: the roots of the creative city». Dans *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, sous la dir. de P. Cooke et L. Lazzaretti, p. 183-210. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Coulangeon, P. (2004). "Culture de masse et culture de classe. Diffusion des pratiques culturelles et dilution des frontières symboliques entre les groupes sociaux". Texte de la communication présentée au 1er congrès de l'Association française de sociologie, RTF 5, session 3 : « Dynamiques Objectives et subjectives de la structure sociale » (Villetaneuse, 25 février 2004).
- Cowen, T. 2000. *Creative destruction: How globalization is changing the World's cultures*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Cowen, T. 1998. *In praise of commercial culture*. Cambridge: Harvard University Press.
- Crang, P. 2001. «La géographie de la culture de consommation ». *Géographie et cultures*, vol. 39, 2001, p. 98-107.
- Crevoisier, O. et L. Kebir (2007). Les ressources culturelles entre réseaux internationaux et développement local. Working paper no 6/2007-F. Neuchâtel, Université de Neuchâtel, GRET.
- Crevoisier, O. et L. Kebir (2004). "Ressources culturelles et développement régional : le cas du patrimoine culturel horloger". Texte de la communication présentée aux Quatrièmes Journées de la Proximité (Marseille, 17-18 juin 2004).
- Dansereau, F. 1988. «Les transformations de l'habitat et des quartiers centraux : singularités et contrastes des villes canadiennes». *Cahiers de recherche sociologique*, vol. 6, no 2, p. 95-114.
- Dansereau, F. 1985. «La réanimation urbaine et la reconquête des quartiers anciens par les couches moyennes : tour d'horizon de la littérature nord-américaine». *Sociologie du travail*, vol. 2, no 85, p. 191-205.
- Dansereau, F. et M. Beaudry. 1986. «Les mutations de l'espace habité montréalais: 1971-1981 ». *Cahiers de l'ACFAS no 41: La morphologie sociale en mutation au Québec*, p. 283-308.
- Darchen, S. et D.-G. Tremblay (2008). Les milieux innovateurs et la classe créative : revue des écrits et analyse de leur application en milieu urbain. Note de recherche de la Chaire de recherche du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l'économie du savoir no 2008-01. Montréal, Téliuq, Université du Québec à Montréal.
- Daviet, S. 2008. «« Nouvelle » économie culturelle : existe-t-il un modèle européen ?». Dans *Arts et territoires : vers une nouvelle économie culturelle? : actes du colloque* (Québec, 76e Congrès de l'ACFAS, 6 et 7 mai 2008): Montréal, INRS-UCS.

- Daviet, S. 2007. «Économie et culture: regards croisés de la géographie». *Géographie Économie Société*, vol. 9, no 1, p. 3-18.
- Daviet, S. 2005. *Industrie, culture, territoire*. Paris: L'Harmattan.
- DCMS. 2006a. *Creative industries economic estimates 2006*. Londres: Department for Culture, Media and Sport (DCMS).
- DCMS. 2006b. *Creative industries statistical estimates bulletin* Londres: Department for Culture, Media and Sport (DCMS).
- DCMS. 2001. *Creative industries economic estimates 2001*. Londres: Department for Culture, Media and Sport (DCMS).
- DCMS/CITF. 2001. *Creative industries - Mapping document*. Londres: Creative Industries Task Force (CITF), Department of Culture, Media and Sports (DCMS).
- DCMS/CITF. 1998. *Creative industries - Mapping document*. Londres: Creative Industries Task Force (CITF), Department of Culture, Media and Sports (DCMS).
- De La Durantaye, M. 2002. «Les politiques culturelles municipales, locales et régionales au Québec». Dans *Traité de la culture*, sous la dir. de D. Lemieux, p. 1005-1020. Québec: PUL/IQRC.
- De Peuter, G. et N. Dyer-Whiteford. 2005. «A playful multitude? Mobilising and counter-mobilising immaterial game labour». *Fibre Culture*, no 5.
- Del Castillo, J. 2000. *Job creation and local development induced by cultural infrastructures and structural change in Bilbao*. Paris: OCDE, Programme Leed.
- Deligne, C., K. Gabiam, M.V. CrieKingen et J.-M. Decroly. 2006. «Visibles et Invisibles : les territoires de l'homosexualité à Bruxelles». *Cahiers de Géographie du Québec*, vol. 50, no 140, p. 35-150.
- Della Rocca, J. 2006. «Friction costs. How immature production. Practices and poor quality of life ». *The Escapist*, vol. 40, no 243. En ligne: http://www.escapistmagazine.com/articles/view/issues/issue_40/243-Friction-Costs.3. Consultation le 18/07/2007.
- Demazière, D. 2003. «Matériaux qualitatifs et perspectives longitudinales. La temporalité des parcours professionnels saisie par les entretiens biographiques». Dans *10èmes journées d'études Céreq – Lasmas-IdL "Les données longitudinales dans l'analyse du marché du travail"* (Caen, 21-23 mai 2003). En ligne: http://www.cereq.fr/cereq/Colloques/journees/07_Demaziere.pdf.
- Demeuldre, M. 1997. «Rues et créations collectives de styles». *Espaces et Sociétés*, no 90-91, p. 107-137.
- DeNatale, D. et G.H. Wassall. 2007. *The Creative Economy: A New Definition. A Research Framework for New England and Beyond, Including an Economic Analysis of New England's Cultural Industries and Workforce*. Rapport produit pour le New England Foundation of the Arts (NEFA). Boston: NEFA. En ligne: <http://www.nefa.org/sites/default/files/ResearchCreativeEconReport2007.pdf>.

- Deslauriers, J.-P. et M. Kérisit. 1997. «Le devis de recherche qualitative ». Dans *La recherche qualitative : enjeux épistémologiques et méthodologiques*, sous la dir. de J. Poupart. Montréal: G. Morin.
- Desmarais, D. et P. Grell. 1986. *Les récits de vie : théorie, méthode et trajectoires types*. Montréal: Éditions Saint-Martin.
- Deuze, M., C.B. Martin et C. Allen. 2007. «The professional identity of gameworkers». *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, no 13, p. 335-353.
- Diberder, A.L. et F.L. Diberder. 2002. *La création de jeux vidéo en France. Situation, problèmes, perspectives*. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication.
- Donald, B. et D. Morrow. 2003. *Competiting for talent : Implications for social and cultural policy in Canadian city-regions*. Gatineau: Direction de recherche et analyse stratégique du ministère du Patrimoine canadien.
- Donnat, O. (dir.). 2003. *Regards croisés sur les pratiques culturelles*. Paris: La Documentation française.
- Donnat, O. 1994. *Les Français face à la culture: de l'exclusion à l'éclectisme*. Paris: La Découverte.
- Donnat, O. et F. Lévy (2007). Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques. Culture prospective 2007-3. Paris, Ministère de la Culture et de la Communication - DEPS.
- Douglas, N. 2008. «I'm not offended, I'm just bored: Why gaming journalism should stop treating women like meat». 15 janvier. En ligne: <http://gawker.com/345187/im-not-offended-im-just-bored-why-gaming-journalism-should-stop-treating-women-like-meat>.
- Drake, G. 2003. «'This place gives me space' : place and creativity in the creative industries ». *Geoforum*, vol. 34, no 4, 2003, p. 511-524.
- Dreher, C. 2002. «Be creative or die». *The Salon.com. Readers'Guide to contemporary Authors*, 6 juin.
- Dubar. 2000. *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*. 3^{éd.} revue. Paris: Armand Colin.
- Dubois, V. 2001. «La vision économique de la culture. Éléments pour une généalogie». *Bulletin des Bibliothèques de France (BBF)*, vol. 46, no 2, p. 31-34.
- Duer, K. 1999. *Culture and sustainable development : a framework for action*. Washington: Banque Mondiale.
- Dumazedier, J. 1962. *Vers une civilisation du loisir ?*. Paris: Seuil.
- Dupuis, J.-P. 2007. «Cultures et gestion au Québec : entre cultures latine, anglo-saxonne et nordique». Dans *Gestion en contexte interculturel : approches, problématiques*,

pratiques et plongées, sous la dir. de E. Davel, J.-P. Dupuis et J.-F. Chanlat. Québec: Presses de l'Université Laval (PUL) et TELUQ/UQAM.

- Dupuis, X. (2004). *Economie et management de la culture en France : un état des lieux*. Paris, CNRS, Groupe d'études et de recherches sur les organisations culturelles (GEROC), non paginé.
- Dyer-Witthford, N. (2002). Composition de classe de l'industrie des jeux vidéo et sur ordinateur. [Traduit de l'anglais par Fédérika Spindler et François Matheron], *Multitudes Web*, 4. En ligne: http://multitudes.samizdat.net/article.php?id_article=115.
- Dyer-Witthford, N. et G. de Peuter. 2006. «"EA spouse" and the crisis of video game labour: Enjoyment, exclusion, exploitation, and exodus». *Canadian Journal of Communication*, no 31, p. 599-618.
- Dyer-Witthford, N. et Z. Sharman. 2005. «The political economy of Canada's video and computer game industry». *Canadian Journal of Communication*, vol. 30, no 2, p. 187-210.
- Eaton, S. et L. Bailyn. 1999. «Work and life strategies of professionals in biotechnology firms.». *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 562, no 1, p. 159-173.
- Edensor, T., D. Leslie, S. Millington et N. Rantisi (dir.). 2009. *Spaces of vernacular creativity. Rethinking the cultural economy*. Londres et NewYork: Routledge.
- Ekynsmith, C. 2002. «Project organization, embeddedness and risk in magazine publishing ». *Regional Studies*, vol. 36, no 3, p. 229-243.
- Elbaz, M. et D. Helly. 1995. «Modernité et postmodernité des identités nationales». *Anthropologie et Sociétés*, vol. 19, no 3, p. 15-35.
- Evans, G. 2009. «Creative cities, creative spaces and urban policy». *Urban Studies*, vol. 46, no 5-6, p. 1003-1040.
- Fainstein, S., I. Gordon et M. Harloe (dir.). 1992. *Divided cities: New York and London in the contemporary world*. Oxford: Blackwell.
- Featherstone, M. 1991. *Consumer culture and postmodernism*. Londres: Sage.
- Featherstone, M., S. Lash et R. Robertson. 1995. «Global modernities». Dans *Undoing culture: globalization, postmodernism and identity*, sous la dir. de M. Featherstone. Londres: Sage.
- Fillion, P. 1987. «Concepts of the inner city and recent trends in Canada». *Canadian Geographer*, vol. 31, no 3, p. 223-232.
- Florida, R. ([s.d.]). Kotkin's fallacies - Why diversity matters to economic growth. En ligne: http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Kotkins_Fallacies.pdf. Consultation le 27/04/2006.
- Florida, R. 2005a. *Cities and the creative class*. New York: Routledge, 198 p.

- Florida, R. 2002a. «Bohemia and economic geography». *Journal of Economic Geography*, vol. 2, no 1, p. 55-71.
- Florida, R. 2002b. «The economic geography of talent». *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 92, no 4, p. 743-755.
- Florida, R. 2002c. *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books, 434 p.
- Florida, R. (2001). The geography of bohemia. Working Paper. Pittsburgh, Carnegie Mellon University. En ligne: http://www.heinz.cmu.edu/~florida/pages/pub/working_papers/geography.pdf. Consultation le 10/10/02.
- Florida, R. 2000. *Competing in the age of talent: Environment, amenities, and the new economy*. Rapport préparé pour la R.King Mellon Foundation, Heinz Endowments et Sustainable Pittsburgh. Pittsburg: Carnegie Mellon University. En ligne: <http://www.nga.org/files/pdf/Florida.pdf>.
- Florida, R. et I. Tinagli. 2004 *Europe in the Creative Age*. Londres: Demos. En ligne: www.demos.co.uk/creativeeurope.
- Florida, R. et I. Tinagli. 2004. *Europe in the creative age*. Demos. Pittsburgh: Carnegie Mellon Software Industry Center.
- Florida, R.L. 2005b. *The flight of the creative class: The new global competition for talent*. New York: HarperBusiness, 326 p.
- Florida, R.L. et M. Gertler. 2003. «Cities: Talent's critical mass ». *Globe and Mail*, 3 janvier 2003.
- Fontan, J.-M., J.-L. Klein et D.-G. Tremblay. 2005. *Innovation socioterritoriale et reconversion économique*. Coll. «Géographies en liberté». Paris: L'Harmattan.
- Foord, J. 1999. «Reflection on "hidden art"». *Rising East*, vol. 3, no 3, p. 38-66.
- Fora. 2010. *New cluster concepts : activities in creative industries*. Rapport d'étude produit pour le compte de l'European Commission Enterprise et Industry Directorate General. Copenhague: Fora. En ligne: http://www.europe-innova.eu/c/document_library/get_file?folderId=21454&name=DLFE-6816.pdf.
- Foray, D. 2000. *L'économie de la connaissance*. Paris: La Découverte.
- Fortin, A., C. Després et G. Vachon (dir.). 2002. *La banlieue revisitée*. Québec: Nota Bene.
- Fraser, M. 2004. *Les armes de distraction massive : Ou l'impérialisme culturel américain* [Traduit de l'anglais par Marie-Cécile Brasseur]. Montréal: Hurtubise HMH.
- Freidson, E. 1986. «Les professions artistiques comme défi à l'analyse sociologique». *Revue française de sociologie*, vol. 27, no 3, p. 431-443.

- Freitag, M. 1982. «Transformation de la société et mutation de la culture. Partie I». *Conjoncture politique du Québec*, no 2, p. 61-84.
- Fridman, V. et M. Ollivier. 2004a. «Goûts, pratiques culturelles et inégalités sociales : branchés et exclus ». *Sociologie et sociétés*, vol. 36, no 1, p. 105-126.
- Fridman, V. et M. Ollivier. 2004b. «Ouverture ostentatoire à la diversité et cosmopolitisme. Vers une nouvelle configuration discursive ?». *Sociologie et sociétés*, vol. 36, no 1, p. 105-126.
- Friedberg, E. et P. Urfalino. 1984. *Le jeu du catalogue*. Paris: La documentation Française.
- Frisch, F. 1999. *Les études qualitatives*. Paris: Editions d'Organisation, 180 p.
- Fujita, M. et J.-F. Thisse. 2003. *Économie des villes et de la localisation*. Coll. «Économie, société, région». Buxelles: De Boeck, 559 p.
- Gadrey, J. 2001. *Nouvelle économie, nouveau mythe ?*. Coll. «Champs ». Paris: Flammarion, 278 p.
- Gale, D. 1984. *Neighborhood revitalization and the postindustrial city*. Lexington: Lexington Books.
- Galloway, S. et S. Dunlop. 2007. «A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy». *International Journal of Cultural Policy*, vol. 13, no 1, p. 17-32.
- Galloway, S. et S. Dunlop. 2006. «Deconstructing the concept of "creative industries"». Dans *Cultural Industries: The British Experience in International Perspective*, sous la dir. de C. Eisenberg, R. Gerlach et H. C., p. 33-52. Berlin: Proprint: Humbolt-Universitat zu Berlin.
- Gandon, C. 2006. «L'action culturelle communautaire, de l'économicisation de la culture aux prémisses d'une politique culturelle européenne : éléments pour une approche cognitive de l'eupéanisation du secteur culturel français». Mémoire de maîtrise, Rennes, IEP : Rennes 1.
- Garnham, N. 2005. «From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the United Kingdom». *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11, no 1, p. 15 - 29.
- Garon, R. et L. Santerre. 2004. *Déchiffrer la culture au Québec: 20 ans de pratiques culturelles*. Québec: Les Publications du Québec.
- Gaschet, F. et C. Lacour. 2007. «Les systèmes productifs urbains: des clusters aux "clusties"». *Revue d'économie régionale et urbaine*, no 4, p. 707-728.
- Gauthier et Roy-Valex. 2005. «Une application locale de la politique culturelle : Les ententes de développement culturel entre les municipalités et le ministère de la culture et des communications du Québec». *Loisir et société/Leisure and Society*, vol. 27, no 2, p. 355-379.

- Génard, J.-L. 2003. «L'idéologie de la créativité et ses contradictions ». Dans *Enjeux de la créativité, réflexions et perspectives*, sous la dir. de A. Wasseige et G. Dendreau, p. 21-29. Bruxelles: Ministère de la Communauté française, Direction générale de la Culture.
- Genvo, S. (dir.). 2008. *Les jeux vidéo, un "bien" culturel?* MédiaMorphoses, no 22. Paris: INAet Armand Colin.
- Genvo, S. 2003. *Introduction aux enjeux artistiques et culturels des jeux vidéo*. Coll. «Champs visuels». Paris: L'Harmattan, 89 p.
- Germain, A. 1984. «Sociologie du retour en ville». *Continuité*, no 23, p. 35-37.
- Germain, A. et D. Rose. 2000. *Montreal: the quest for a metropolis*. Chichester: Wiley.
- Gertler, M., R. Florida, G. Gates et T. Vinodrai. 2002. *Competing on creativity: Placing Ontario's cities in North American context*. Toronto: Ministère de l'Entreprise, des Débouchés et de l'Innovation de l'Ontario et Institut for Competitiveness and Prosperity.
- Gertler, M. et T. Vinodrai. 2003. *Competing on creativity: An analysis of Kingston, Ontario*. Kingston: Kingston Economic Development Corporation.
- Gertler, M.S. 2001. «Urban economy and society in Canada: flows of people, capital and ideas». *Isuma : The Canadian Journal of Policy Research*, vol. 2, no 3, p. 119-130.
- Gibson, C. 2003. «Cultures at work: why 'culture' matters in research on the 'cultural' industries». *Social & Cultural Geography*, vol. 4, no 2, p. 201-215.
- Gibson, C. et N. Klocker. 2004. «Academic publishing as 'creative' industry, and recent discourses of 'creative economies': some critical reflections ». *Area*, vol. 36, no 4, p. 423-434.
- Gibson, C., P. Murphy et R. Freestone. 2002. «Employment and socio-spatial relations in Australia's cultural economy». *Australian Geographer*, vol. 33, no 2, p. 173-189.
- Gill, R. 2007. *Techobohemians or the new Cybertariat? New media work in Amsterdam a decade after the Web*. Coll. «Network Notebooks». Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Glaeser, E. 1994. «Cities, information, and economic growth». *Cityscape: A Journal of Policy Development Research*, vol. 1, no 1, p. 9-47.
- Glaeser, E.L. (2004). Review of Richard Florida's *The rise of the creative class*, Harvard Institute of Economic Research En ligne: <http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/GlaeserReview.pdf>. Consultation le 10/10/05.
- Glaeser, E.L., J. Kolko et A. Saiz. 2001. «The consumer city». *Journal of Economic Geography*, vol. 1, no 1, p. 27-50.
- Glaeser, E.L., J. Kolko et A. Saiz (2000). *Consumer city*. Document de travail no 1901. Cambridge, Harvard Institute of Economic Research.

- Glaeser, E.L. et A. Saiz (2003). The rise of the skilled city. Document de travail du NBER no 10191. Cambridge, Mass., National Bureau of Economic Research.
- Glaser, B.G. et A.L. Strauss. 1967. *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New York: Aldine Publishing Company.
- Glass, R. 1964. *London: aspects of change*. Londres: MacGibbon & Kee.
- Gollmitzer, M. et C. Murray. 2008. *From economy to ecology: A policy framework for creative labour*. Rapport préparé pour la Conférence canadienne des arts (CCA), Ottawa: CCA.
- Gombault, A., F. Livat-Pécheux et F. Durrieu (dir.). 2009. *L'alphaBEM des industries créatives*. Bordeaux: Ecole de Management de Bordeaux, BEM.
- Gottmann, J. 1961. *Megalopolis : The urbanised North eastern seaboard of the United States*. New York: Twentieth Century Fund et MIT Press.
- Gourdin, A. 2005. *Game developer demographics: An exploration of workforce diversity*. Rapport produit pour l'International Game Developers Association (IGDA). Montréal: IGDA.
- Grabher, G. 2004. «Temporary architectures of learning: Knowledge governance in project ecologies». *Organization Studies*, vol. 25, no 9, p. 1491-1514.
- Grabher, G. 2002a. «Cool projects, boring institutions: Temporary collaboration in social context». *Regional Studies*, vol. 36, no 3, p. 205-214.
- Grabher, G. 2002b. «Guest editorial. Fragile sector, robust practice: project ecologies in new media». *Environment and Planning A*, vol. 34, no 11, p. 1911-1926.
- Grabher, G. 2002c. «The project ecology of advertising: Tasks, talents and teams». *Regional Studies*, vol. 36, no 3, p. 245-262.
- Grabher, G. 2001. «Ecologies of creativity : the village, the group, and the heterarchic organisation of the British advertising industry». *Environment and Planning A*, vol. 33, no 2, p. 351-374.
- Grafmeyer, Y. et F. de Singly. 2005. *Sociologie urbaine*. Paris: A. Colin.
- Grana, C. 1964. *Bohemian versus bourgeois: French society and the French man of letters in the nineteenth century*. New York: Basic Books.
- Granovetter, M.S. 1985. «Economic action and social structure: The problem of embeddedness». *American Journal of Sociology*, no 91, p. 481-510.
- Granovetter, M.S. 1973. «The strength of weak ties». *American Journal of Sociology*, vol. 78, no 6, p. 1360-1380.
- Grappe des TIC du Montréal métropolitain. 2005. *Plan d'action de la grappe des TIC du Montréal métropolitain*. Montréal: Grappe des TIC du Montréal métropolitain.

- Gravari-Barbas, M. et P. Violier (dir.). 2003. *Lieux de culture, culture des lieux : production(s) culturelle(s) locale(s) et émergence des lieux : dynamiques, acteurs, enjeux*. Coll. «Espace et territoires». Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Grawitz, M. 1993. *Méthodes des sciences sociales*. 9e édition. Coll. «Precis». Paris: Dalloz.
- Grefte, X. 2006. *La mobilisation des actifs culturels de la France : de l'attractivité culturelle du territoire... à la nation culturellement créative*. Document de travail du Deps no 1270, Paris: Ministère de la culture et de la communication.
- Grefte, X. 2002. *Arts et artistes au miroir de l'économie*. Paris: Economica.
- Grefte, X. 1999. *L'emploi culturel à l'âge du numérique*. Paris: Anthropos, 207 p.
- Grefte, X. et S. Pfieger. 2005. *La culture et le développement local*. Rapport produit pour l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Paris: OCDE.
- Grésillon, B. 2002. *Berlin métropole culturelle*. Paris: Belin.
- Grossetti, M., H. Martin-Brelot et D. Eckert (2009). "La mobilité spatiale de la « classe créative » européenne : une enquête empirique sur 11 villes". Texte de la communication présentée aux Sixièmes journées de la proximité (Poitiers, Université de Poitiers, 14 au 16 octobre 2009).
- Guiganti, B. (2006). Le jeu vidéo (et moi...). Polygonweb En ligne: <http://polygonweb.online.fr/art.htm>.
- Gumuchian, H. et B. Pecqueur. 2007. *La ressource territoriale*. Paris: Economica : Anthropos.
- Haeringer, P. 1997. «La mégapolisation du monde, un nouveau champ sémantique ». *Urbanisme*, no 296.
- Halbert, L., A. Brandellero, P. Calenge, C. Davoult et U. Waellisch. 2008. *Paris, métropole créative. Clusters, Milieux d'Innovation et Industries culturelles en Île-de-France*. Rapport final pour le compte de MEDAD/PUCA et ministère de la Culture. Marne-la-Vallée: Laboratoire Techniques, Territoires et Société, Université de Marne-la-Vallée (Latts).
- Hall, P. 2000. «Creative cities and economic development». *Urban Studies*, vol. 37, no 4, p. 639-649.
- Hall, P. 1998. *Cities in civilisation: Culture, innovation and urban order*. Londres: Weidenfeld et Nicolson.
- Hamel, J. (2009). Syllabus du cours: SOL 1150 Culture et société. Montréal, Université de Montréal. En ligne: http://www.socio.umontreal.ca/cours/documents/SOL1150_A2009.pdf. Consultation le 27/07/09.
- Hamnett, C. 2003. *Unequal city*. Londres: Routledge.

- Hannigan, J. 2007. «A new neo-bohemian rhapsody: cultural vibrancy and controlled edge as urban development tools in the 'new creative economy' ». Dans *Urban Communication: Production, Text, Context*, sous la dir. de T.A. Gibson et M. Lowes, p. 61 - 81. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Hannigan, J. 2002. «L'économie mondiale du divertissement». Dans *Contestation et mondialisation. Repenser la culture et les communications.*, sous la dir. de D. Cameron et J.G. Stein, p. 31 - 63. Montréal: Les Presses de l'Université de Montréal.
- Hannigan, J. 1998. *Fantasy city: Pleasure and profit in the postmodern metropolis*. Routledge. Londres & New York: Routledge.
- Hansen, H.K., J. Van et B.T. Asheim (2005). "The creative class and regional growth. Towards a knowledge based approach". Texte de la communication présentée à la Regional Growth Agenda Conference, Regional Studies Association (Aalborg, Denmark, 28-31 mai 2005). En ligne: http://65.19.180.219/UploadedPublications/200515_Hansen&Vang&Asheim.pdf. Consultation le 14/02/06.
- Hartley, J. et S. Cunningham. 2001. «Creative industries: From blue poles to fat pipes». Dans *National Summit on the Humanities and Social Sciences: Position Papers*, sous la dir. de M. Gillies, p. 1-10. Canberra, National Museum Australia: DEST.
- Harvey, D. (dir.). 1989. *The condition of postmodernity*. New York: Blackwell.
- Harvey, F. 2002. «Quel avenir pour les petites cultures à l'heure de la mondialisation». Dans *Transmission de la culture, petites sociétés, mondialisation*, sous la dir. de J.-P. Baillargeon, p. 15-28. Coll. «Chaire Fernand-Dumont sur la culture». Québec: PUL/IQRC.
- Healy, K. 2002. «What's new for culture in the new economy? ». *The Journal of Art, Management and Law*, vol. 32, no 2, p. 86-103.
- Heinich, N. 2005. *L'élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*. Coll. «Bibliothèque des sciences humaine». Paris: Gallimard.
- Heinich, N. 1993. *Du peintre à l'artiste. Artisans et académiciens à l'âge classique*. Coll. «Paradoxe». Paris: Minuit.
- Heinich, N. 1991. *La gloire de Van Gogh. Essai d'anthropologie de l'admiration*. Coll. «Critique». Paris: Minuit.
- Helbrecht, I. 2004. «Bare geographies in knowledge societies - Creative cities as text and piece of art: Two eyes, one vision». *Built Environment*, vol. 30, no 3, p. 194-203.
- Helbrecht, I. 1998. «The creative metropolis. Services, symbols, and spaces». *International Journal of Architectural Theory*, vol. 3, no 1, p. 20-35.
- Helie, T. 2009. «Des politiques culturelles de façade ? Les effets sociaux ambivalents des opérations de régénération urbaine par la culture». Dans *Les ambiguïtés de l'action publique face aux inégalités socio-spatiales. Etat des travaux francophones au regard des « urban studies »: actes du 10e congrès de l'AFSP* (Grenoble, IEP de Grenoble, 7-9 sept. 2009): AFSP.

- Hendrickx-Candéla, C. 2001. «Externalités de connaissance et localisation des activités: une revue des analyses empiriques». *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, no 1, p. 11-38.
- Hesmondhalgh, D. (2007). Towards a critique of creative industries policy and theory. Présentation au 9e séminaire du ESRC/AHRC Cultural Industries Seminar Network (University of Leeds, avril 2007) En ligne: <http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/research/Currentresearch/projects/CI%20Presentation%20Dr.%20Hesmondhalgh.doc>. Consultation le 23/01/2008.
- Hesmondhalgh, D. 2002. *The cultural industries*. Londres: Sage.
- Hesmondhalgh, D. et A.C. Pratt. 2005. «Cultural industries and cultural policy». *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11, no 1, p. 1-13.
- Higgs, P. et S. Cunningham. 2008a. «Creative industries mapping: Where have we come from and where are we going?». *Creative Industries Journal*, vol. 1, no 1, p. 7-30.
- Higgs, P. et S. Cunningham. 2008b. «Les créatifs intégrés : à la découverte de l'importance et de la contribution des professionnels créatifs dans les divers secteurs de l'économie». Dans *Le Forum international sur l'économie créative: recueil des textes*. [Traduction française]. Ottawa: Conference Board du Canada.
- Hill Stratégies. 2005. «Les quartiers artistiques au Canada». *Regards statistiques sur les arts*, vol. 4, no 2.
- Hollanders, H. et A.v. Cruysen. 2009. *Design, Creativity and Innovation: A Scoreboard Approach*. Rapport préparé pour la Commission européenne et DG Enterprise. Bruxelles: PRO. INNO Europe.
- Houston, D., A. Findlay, R. Harrison et C. Mason. 2008. «Will attracting the "creative class" boost economic growth in old industrial regions? A case study of Scotland». *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, vol. 90, no 2, p. 133-149.
- Howkins, J. 2001. *The creative economy: How people make money from ideas*. Londres: Allen Lane.
- Hutton, T.A. 2008. *The new economy of the inner city: restructuring, regeneration and dislocation in the twenty-first-century metropolis*. Londres: Routledge.
- Hutton, T.A. 2006. «Spatiality, built form, and creative industry development in the inner city». *Environment and Planning A*, no 38, p. 1819-1841.
- Hutton, T.A. 2004a. «The new economy of the inner city». *Cities*, vol. 21, no 2, p. 89-108.
- Hutton, T.A. 2004b. «Postindustrialism, postmodernism and the reproduction of Vancouver's central area: retheorising the 21st century city». *Urban Studies*, vol. 41, no 10, p. 1953-1982.

- Hutton, T.A. 2000. «Reconstructed production landscapes in the postmodern city: applied design and creative services in the metropolitan core». *Urban Geography*, vol. 21, no 4, p. 285-317.
- Indergaard, M. 2004. *Silicon Alley: The rise and fall of a new media district*. New York: Routledge.
- Inglehart, R. 2000. «Globalization and Postmodern Values». *The Washington Quarterly*, vol. 23, no 1, p. 215-228.
- Institut de la statistique du Québec. 2004. *Pour mieux vivre de l'art : portrait socioéconomique des artistes*. Québec: Institut de la statistique du Québec.
- Izushi, H. et Y. Aoyama. 2006. «Industry evolution and cross-sectoral skill transfers: A comparative analysis of the video game industry in Japan, the United States, and the United Kingdom». *Environment and Planning A*, vol. 38, no 10, p. 1843-1861.
- Jacobs, J. 1969. *The economy of cities*. New York: Random House.
- Jacobs, J. 1961. *The death and life of great American cities*. New York: Vintage.
- Jennings, P. 2000. *New media arts, new funding models*. Rapport préparé pour Creativity & Culture. New York: The Rockefeller Foundation.
- Johns, J. 2006. «Video games production networks: value capture, power relations and embeddedness ». *Journal of Economic Geography*, vol. 6, no 2, p. 151-180.
- Jones et Lichtenstein. 2000. «The 'architecture' of careers: how career competencies reveal firm dominant logic in professional services.». Dans *Career frontiers: new conceptions of working lives*, sous la dir. de M. Peiperl, M. Arthur, R. Goffee et T. Morris, p. 153-176. New York: Oxford University Press.
- Jones, C. et e.C. Watkins. 1996. «Urban Regeneration and Sustainable Markets». *Urban Studies*, vol. 33, no 7, p. 1129-1140.
- Jourdan, S. 2008. «Richard Florida, cities and the creative class». *Méditerranée*, no 111. En ligne: <http://mediterranee.revues.org/index2878.html>. Consultation le 16/08/08.
- Judd, D. et S. Fainstein (dir.). 1999. *The tourist city*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Juneau, A. 1998. *Impact économique des activités du secteur de la culture des cinq régions du Montréal métropolitain et de la région de l'île de Montréal*. Montréal: Ministère de la Culture et des Communications du Québec et Ville de Montréal.
- Justino, T. (2006). Les enjeux de la maîtrise de la chaîne logistique dans l'industrie des jeux vidéo. Dossier réalisé dans le cadre d'un mémoire Master e-logistique, Systèmes d'Information et NTIC. [s.l.], Agence Française pour le Jeu Vidéo.
- Kahn, R. 2007. «Une approche pluridisciplinaire de la dimension culturelle du développement territorial». Dans *Les dynamiques territoriales débats et enjeux entre les différentes approches pluridisciplinaires: textes des communications au XLIII^e colloque de l'ASRDLF* (Grenoble-Chambéry, 11 au 13 juillet 2007). En ligne:

- <http://edytem.univ-savoie.fr/d/asrdlf2007/pub/resumes/textes/Kahn.pdf>. Consultation le 15/04/2008.
- KEA European Affairs. 2009 *The impact of culture on creativity*. Rapport préparé pour la Commission européenne. Bruxelles: Commission des Communautés européennes.
- KEA European Affairs. 2006. *The Economy of Culture in Europe*. Rapport préparé pour la Commission européenne. Bruxelles: Commission des Communautés européennes.
- Keeble, D. 2008. «Concepts servant à l'analyse de la chaîne de valeur et utilité de ceux-ci pour comprendre les industries culturelles». Dans *Le Forum international sur l'économie créative: recueil des textes*, sous la dir. de C.B.d. Canada, p. 181-191. [Traduction française]. Ottawa: Conference Board du Canada.
- Kerr, A. 2006. *The business and culture of digital games*. Londres: Thousand Oaks.
- Kesmodel, D. 2005. «States tout videogame schools». *The Wall Street Journal Online*, 31 mars.
- Klein, J.-L., C. Manzagol, D.-G. Tremblay et S. Rousseau. 2005. «Les interrelations université-industrie à Montréal dans la reconversion à l'économie du savoir.». Dans *Les systèmes productifs au Québec et dans le Sud-Ouest français*, sous la dir. de R. Guillaume, p. 31-54. Paris: L'Harmattan.
- Kline, S., N. Dyer-Witheford et G. De Peuter. 2003. *Digital play: the interaction of technology, culture, and marketing*. Montréal: McGill-Queen's University Press.
- Knudsen, B., R. Florida, G. Gates et K. Stolarick (2007). Urban density, creativity and innovation. Document de travail. Toronto, Université de Toronto, The Martin Prosperity Institute.
- Knudsen, B., R. Florida, D. Rosseau et K. Stolarick. 2008. «Creativity and density in US regions». *Annals of the American Association of Geographers*, vol. 98, no 2, p. 461-478.
- Kolosy, K. 1997. *Le développement local: réflexion pour une définition théorique du concept*. Base documentaire en ligne consacrée au développement local, à la solidarité internationale, à l'économie solidaire et au développement durable. En ligne: <http://www.globenet.org/horizon-local/perso/defloc.html>.
- Kratke, S. 2004. «City of talents? Berlin's regional economy, socio-spatial fabric and "worst practice" urban governance». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 28, no 3, p. 511-529.
- Krugman, P. et R.Z. Lawrence. 1994. «Trade, jobs and wages». *Scientific American*, vol. 270, no 4, p. 22-27.
- Kumar, M. 2006. «The French-Canadian connection: A Q&A with Yannis Mallat, Ubisoft Montreal». *Gamasutra*, 14 déc. 2006.
- Labonté, B. 2004. «Tendances ». *La Cité. Chambre de commerce du Montréal métropolitain*, vol. 2, no 5, mars 2004. En ligne: <http://www.ccmq.ca/asp/bulletin.asp?ID=21&lang=1>. Consultation le 20/10/04.

- Lacroix, J.-G. et G. Tremblay. 1997. *The information society and the cultural industries theory*. Current Sociology, Trend Report (vol. 45, no 4). Londres: Sage Publications.
- Lahire, B. 2004. *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris: La Découverte.
- Lahire, B. 1999. «Esquisse du programme scientifique d'une sociologie psychologique ». *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. 106, p. 29-55.
- Lahire, B. 1998. *L'homme pluriel : les ressorts de l'action*. Paris: Nathan.
- Lallement, M. 2003. *Temps, travail et modes de vie*. Paris: Puf.
- Landel, P.-A. et B. Pecqueur (2004). "La culture comme ressource territoriale spécifique". Texte de la communication présentée au XLème Colloque de l'Association de Science Régionale de langue Française. (Bruxelles, 1-3 septembre 2004). En ligne: <http://www.ulb.ac.be/soco/asrdlf/documents/PecqueurLandel.pdf>. Consultation le 17/03/2005.
- Landel, P.A. et P. Teillet. 2003. *La place de la culture dans la recomposition des territoires, Le cas des pays issus de la loi Voynet*. Grenoble: Observatoire des Politiques Culturelles.
- Landry, C. 2000. *The creative city : A toolkit for urban innovators*. Londres: Earthscan Publication Ltd.
- Landry, C. et F. Bianchini. 1995. *The creative city*. Londres: Demos.
- Landry, R. 2006. «Lineages of the creative city.». Dans *Creativity and the City: How the Creative Economy Changes the City*, sous la dir. de S. Franke et E. Verhagen, p. 42-54. Rotterdam: NAI.
- Landry, C.C. 1991. *Glasgow: The Creative City and its Cultural Economy*. Glasgow: Ville de Glasgow; Londres: Comedia.
- Laramée, F.D. 2004. *Quality of life in the game industry: Challenges and best practices*. Rapport produit pour l'International Game Developers Association (IGDA). Montréal: IGDA.
- Lash, S. 1990. *Sociology of postmodernism*. Londres: Routledge.
- Lash, S. et J. Urry. 1994. *Economies of signs and space*. Thousand Oaks: Sage.
- Latouche, D. 2000 [1992]. *La ville dans ses rapports à la culture et aux arts: le cas des équipements culturels à Montréal*. Montréal: INRS-Urbanisation.
- Latouche, D. 1993. *De la magie dans l'air: immigration et cosmopolitisme à Montréal*. Montréal: INRS-Urbanisation.
- Le Bossé, M. 1999. «Les questions d'identité en géographie culturelle. Quelques aperçus contemporains ». *Géographie et Cultures*, no 31, p. 115-126.

- Le Galès, P. 2003. *Le retour des villes européennes. Sociétés urbaines, mondialisation, gouvernement et gouvernance*. Paris: Presses de sciences po.
- Le Groupe Électrogène inc. 2005. *Guide de l'industrie. Multimédia et nouveaux médias, édition 2005/2006*. Montréal: Le Groupe Électrogène inc.
- Leadbetter, C. 2000. *Living on thin air: the new economy*. Londres: Penguin.
- Leadbetter, C. et K. Oakley. 2005. «Why cultural entrepreneurs matter ». Dans *Creative Industries*, sous la dir. de J. Harley, p. 299-311. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Lees, L. 2000. «A reappraisal of gentrification: Towards a 'geography of gentrification'». *Progress in Human Geography*, vol. 24, no 3, p. 389-408.
- Lefebvre, A. 2008. «L'économie culturelle au risque de l'économie de la création». Dans *L'Économie culturelle et ses territoires*, sous la dir. de F. Leriche, S. Daviet, M. Sibertin-Blanc et J.-M. Zuliani, p. 345-354. Toulouse: Presses universitaires du Mirail.
- Lefeuvre, M.-P. (2005). Choix résidentiels contre mixité sociale ? Projet d'article pour *Urbanisme* (n°340 Janvier-février 2005). En ligne: http://urbanisme.univ-paris12.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHE=2367&OBJ_ET=0017&ID_FICHER=4590. Consultation le 22/06/06.
- Leitner, H. et E. Sheppard. 1998. «Economic uncertainty, inter-urban competition and the efficacy of entrepreneurialism». Dans *The Entrepreneurial City: Geographies of Politics, Regime and Representation*, sous la dir. de T. Hall et P. Hubbard, p. 289-308: John Wiley, Chichester, Sussex.
- Leresche, J.-P., D. Joye et M. Bassand (dir.). 1995. *Métropolisations*. Genève: Georg.
- Leriche, F., S. Daviet, M. Sibertin-Blanc et J.-M. Zuliani. 2008a. «Introduction. L'économie culturelle et ses territoires: quels enjeux?». Dans *L'Économie culturelle et ses territoires*, sous la dir. de F. Leriche, S. Daviet, M. Sibertin-Blanc et J.-M. Zuliani, p. 19-25. Toulouse: Presses universitaires du Mirail.
- Leriche, F., S. Daviet, M. Sibertin-Blanc et J.-M. Zuliani (dir.). 2008b. *L'Économie culturelle et ses territoires*. Toulouse: Presses universitaires du Mirail.
- Lesemann, F. et C. Goyette. 2003. *Les travailleurs de l'économie du savoir*. Rapport soumis au Conseil de la Science et de la Technologie. Groupe de recherche sur les transformations du travail, des âges et des politiques sociales (TRANSPOL).
- Lethiais, V., A. Rallet et J. Vicente. 2003. «TIC et réorganisation spatiale des activités économiques : introduction». *Géographie, Économie, Société*, vol. 5, no 3-4, p. 275-285.
- Levine, M. (2004). "La 'classe créative' et la prospérité urbaine : mythes et réalités". Texte de la conférence du Réseau Villes, Régions, Monde (VRM). Montréal, INRS-UCS. En ligne: http://www.vrm.ca/documents/Classe_Cre.pdf. Consultation le 10/10/05.
- Lévy-Garboua, L., C. Montmarquette et V. Simonnet. 2006. «Job satisfaction and Quits». *Labour Economics*.

- Lewis, S. 2003. «The integration of paid work and the rest of life: is post-industrial work the new leisure?». *Leisure Studies*, no 22 p. 343-355.
- Ley, D. 2003a. «Artists, aestheticisation and the field of gentrification». *Urban Studies*, vol. 40, no 2, p. 2527-2544.
- Ley, D. 2003b. «Arts, Aestheticisation and the Field of gentrification». *Urban Studies*, vol. 40, no 12, 2003, nov., p. 2527 - 2544.
- Ley, D. 1996. *The new middle class and the remaking of the central city*. Oxford: Oxford University Press.
- Ley, D. 1981. «Cultural/humanistic geography». *Progress in Human Geography*, vol. 5, no 2, p. 249-257.
- Liefooghe, C. (2009). La créativité : une ressource pour le développement économique d'une région de tradition industrielle ? Communication présentée au XLVI^e colloque de l'ASRDLF (Clermont-Ferrand, 6 au 8 juillet 2009). En ligne: http://www.asrdlf2009.com/propositions/final/upload_final/Liefooghe%20asrdlf%20juillet09%20avec%20figure.pdf. Consultation le 28/09/09.
- Liker, J.K., C.J. Haddad et J. Karlin. 1999. «Perspectives on technology and work organization». *Annual Review of Sociology*, vol. 25, 1999, p. 575-596.
- Linteau, P.-A. 1992. *Histoire de Montréal depuis la Confédération*. Montréal: Les Éditions Boréal.
- Lipovetsky, G. et J. Serroy. 2008. *La Culture monde. Réponse à une société désorientée*. Coll. «Penser la société ». Paris: Odile Jacob.
- Lloyd, R. 2006. *Neo-Bohemia: Art and commerce in the postindustrial city*. New York: Routledge.
- Lloyd, R. 2004. «The Neighborhood in cultural production: Material and symbolic resources in the New Bohemia». *City and Community*, vol. 3, no 4, p. 343 -372.
- Lloyd, R. 2002. «Neo-bohemia : Art and neighbourhood redevelopment in Chicago». *Journal of Urban Affairs*, vol. 24, no 5, p. 517-532.
- Lloyd, R. (2001). "The digital bohemia". Communication présentée au 96^e Congrès annuel de l'Association Américainne de Sociologie (Anaheim, Californie, août 2001).
- Lorenzen, M., A.J. Scott et J. Vang. 2008. «Editorial: Geography and the Cultural Economy». *Journal of Economic Geography*, vol. 8, no 5, p. 589-592.
- Lucas, R.E. 1988. «On the mechanics of economic development». *Journal of Monetary Economics*, vol. 22, no 1, p. 3-42.
- Lyman, P., T. Wills et S. Jack. 2008. «Regroupements d'industries créatives :une perspective mondiale». Dans *Le Forum international sur l'économie créative: recueil des textes*, sous la dir. de C.B.d. Canada, p. 135-147. [Traduction française]. Ottawa: Conference Board du Canada.

- Lynch, K. 1969 [1960]. *L'image de la cité* [Image of the City]. Paris: Dunod.
- Macek, S. 2006. *Urban nightmares: the media, the right, and the moral panic over the city*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Madiès, T. et J.-C. Prager. 2008. *Innovation et compétitivité des régions*. Paris: Documentation française.
- Malecki, E.J. 2004. «Jockeying for position: What it means and why it matters to regional development policy when places compete». *Regional Studies*, vol. 38, no 9, p. 1101-1120.
- Manen, M.V. 1990. *Researching lived experience. Human science for an action sensitive pedagogy*. Londres: The Althouse Press.
- Manzagol, C., É. Robitaille et P. Roy. 2000. «Le multimédia à Montréal: le high-tech à la rescousse des espaces fatigués». Dans *Les espaces dégradés. Contraintes et conquêtes*, sous la dir. de G. Sénécal et D. Saint-Laurent, p. 201-218. Ste-Foy: Presses de l'Université du Québec.
- Maresca, B. 2003. «L'intensité de la consommation culturelle, signe d'urbanité ». Dans *Regards croisés sur les pratiques culturelles*, sous la dir. de O. Donnat, p. 129 - 149. Paris: La Documentation française.
- Mariotti, F. 2002. «La sexuation de l'implication à s'engager dans un métier scientifique au lycée ». *Recherches féministes*, vol. 15, no 1, p. 47-63.
- Markusen, A. 2006. «Urban development and the politics of a creative class: evidence from the study of artists». *Environment and Planning A*, vol. 38, no 10, p. 1921-1940.
- Markusen, A. (2004a). *The distinctive city: Evidence from artists and occupational profiles*. Minneapolis, Humphrey Institute of Public Affairs, Université du Minnesota.
- Markusen, A. 2004b. «Targeting occupations in regional and community economic development». *Journal of the American Planning Association*, vol. 70, no 3, p. 253-268.
- Markusen, A., S. Gilmore, A. Johnson, T. Levi et A. Martinez (2006). *Crossover: How artists build careers across commercial, nonprofit and community work*. Minneapolis, Humphrey Institute of Public Affairs, Université du Minnesota.
- Markusen, A. et A. Johnson (2006). *Artists' centers: Evolution and impact on career, neighborhoods and economies*. Minneapolis, Humphrey Institute of Public Affairs, Université du Minnesota.
- Markusen, A. et D. King (2003). *The artistic dividend: The hidden contributions of the arts to the regional economy*. Minneapolis, Humphrey Institute of Public Affairs, Université du Minnesota.
- Markusen, A. et G. Schrock. 2006. «The artistic dividend: urban artistic specialisation and economic development implications ». *Urban Studies*, vol. 43, no 10, p. 1661-1686.

- Markusen, A., G. Schrock et M. Cameron (2004). *The artistic dividend revisited*. Minneapolis, Humphrey Institute of Public Affairs, Université du Minnesota.
- Markusen, A., G.H. Wassall, D. DeNatale et R. Cohen. 2008. «Defining the creative economy: industry and occupational approaches». *Economic Development Quarterly*, vol. 22 no 1, p. 24 - 45.
- Marlet, G. et C. Van Woerkens (2005). *Tolerance, aesthetics, amenities, or jobs? Dutch city attraction to the creative class*. Discussion Paper Series 05-33. Utrecht, Universiteit Utrecht, School of Economics, Tjalling C Koopmans Research Institute
- Marot, S. (1991). *La fiction urbaine*. Texte d'introduction à la Tribune d'histoire et d'actualité de l'architecture, Cycle 1991-1992
- Marotte, B. 2000. «In search of a blockbuster». *Ottawa Citizen*, 12 octobre.
- Marshall, A. 1919. *Industry and trade: a study of industrial technique and business organization ; and of their influence on the conditions of various classes and nations*. Londres: Macmillan and Co. En ligne: <http://socserv.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/marshall/Industry&Trade.pdf>.
- Massey, D. et M. Denton. 1988. «The dimensions of residential segregation». *Social Forces*, vol. 67, p. 281-315.
- Matarasso, F. et C. Landry (dir.). 1999. *Acte d'équilibrage: 21 dilemmes stratégiques de politique culturelle*. Strasbourg: Éditions du Conseil de l'Europe.
- Mathur, V.K. 1999. «Human capital-based strategy for regional economic development ». *Economic Development Quarterly*, vol. 13, no 3, p. 203-216.
- Mayol, P. 2000. «Les univers culturels des jeunes». Dans *Modes de vie collégiens et lycéens*, sous la dir. de R. Boyer et C. Coridian. Paris: Institut National de Recherche Pédagogique.
- Mayol, P. 1996. «Culte et culture en tension ». *La Maison-Dieu*, no 208, p. 47-64.
- Mazouz, B. et P. Cohendet (dir.). 2009. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, vol. 13, no. 4. Numéro hors série. Montréal: HEC Montréal et Université Paris Dauphine.
- McCann, E.J. 2004. «"Best places": inter-urban competition, quality of life, and popular media discourse». *Urban Studies*, vol. 41, no 10, p. 1909-1929.
- McGuigan. 1998. «National government and the cultural public sphere». *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, no 87, p. 68-83.
- McRobbie, A. 2002. «Clubs to companies: Notes on the decline of political culture in speeded up creative worlds». *Cultural Studies*, vol. 16, no 4, 2002, p. 516-531.
- Menger, P.-M. 2002a. *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*. Coll. «La république des Idées». Paris: Le Seuil, 96 p.

- Menger, P.-M. 2002b. «Travail expressif, loisir intensif. Vers le mélange des genres ?». *CADRES-CFDT*, no 403, p. 41-48.
- Menger, P.-M. 1994. «Appariement, risque et capital humain : l'emploi et la carrière dans les professions artistiques». Dans *L'art de la recherche. Essais en l'honneur de Raymonde Moulin*, sous la dir. de P.-M. Menger et J.-C. Passeron, p. 219-238. Paris: La Documentation française.
- Menger, P.-M. 1993. «L'hégémonie parisienne : Économie et politique de la gravitation artistique». *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, no 6, p. 1565-1600.
- Merton, R.K. 1965. *Eléments de théorie et de méthode sociologique*. Paris: Plon.
- Michaud, P. et A. Tcheremenska. 2003. *Montréal, ville de savoir*. Rapport du Comité conseil "Montréal, Ville de savoir". Montréal.
- Michelat, G. 1975. «Sur l'utilisation de l'entretien non directif en sociologie». *Revue française de sociologie*, vol. 16, p. 229-274.
- Midler, C., G. Minguet et M. Vervaeke (dir.). 2009. *Working on innovation*. Londres: Routledge.
- Miles, M. et R. Paddison. 2005. «Introduction: the rise and rise of culture-led urban regeneration». *Urban Studies*, vol. 42, p. 833 - 839.
- Miles, M.B. et A.M. Huberman. 2003. *Analyse des données qualitatives*. [Traduction de la 2e édition américaine]. Paris: De Boeck Université.
- Miligan, M. 2003. «The individual and city life: a commentary on Richard Florida's "Cities and the creative class" ». *City and Community*, vol. 2 p. 21-26.
- Miotti, L. et F. Sachwald. 2006. *Commerce mondial : le retour de la "vieille économie" ?* Coll. «Les Etudes de l'Ifri». Paris: Ifri.
- Mitchell, W.J., A.S. Inouye et M.S. Blumenthal. 2003. *Beyond productivity: information technology, innovation, and creativity*. Committee on Information Technology and Creativity, National Research Council. Washington: National Academies Press.
- Molotch, H. 1996. «L.A. as a design product. How art works in a regional economy». Dans *The City: Los Angeles and Urban Theory at the End of the Twentieth Century*, sous la dir. de A.J. Scott et E.W. Soja, p. 223–275 Berkeley University of California Press.
- Mommaas, H. 2004. «Cultural clusters and the post-industrial city: Towards the remapping of urban cultural policy». *Urban Studies*, vol. 41, no 3, p. 507-532.
- Montgomery, J. 2005. «Beware the 'Creative Class,' creativity and wealth creation revisited». *Local Economy*, vol. 20, no 4, p. 347-343.
- Montréal International. 2005. *Plan d'action de la grappe des TIC du Montréal métropolitain: Entreprendre, coopétitionner, créer et agir*. Montréal: Montréal International.
- Moulaert, F. et F. Sekia. 2003. «Territorial Innovation Models : A Critical Survey». *Regional Studies*, vol. 37, no 3, p. 289-302.

- Moulin, R. 1992. *L'artiste, l'institution et le marché*. Paris: Flammarion.
- Mt. Auburn Associates (Siegel, B.e.a. 2000. *The Creative Economy Initiative: The Role of the Arts and Culture in New England's Economic Competitiveness*. Boston: The New England Council. En ligne: http://www.creative-economy.org/pubs/documents/CEI_2000_report.pdf.
- Muller, K., C. Rammer et J. Truby. 2009. «The role of creative industries in industrial innovation». *Innovation: Management, Policy and Practice*, vol. 11, no 2, p. 148 - 168.
- Murger, H. 1988 [1851]. *Scènes de la vie de bohème*. [Reprod. de l'éd. de Paris : M. Lévy, 1851]. Coll. «Folio Classique». Paris: Editions Gallimard.
- Muth, R.F. 1971. «Migration: chicken or egg?». *The Southern Economic Journal*, vol. 37, no 3, p. 295-306.
- National Endowment for Science, T.a.t.A.N. 2006. *Creating Growth: How the UK Can Develop World Class Creative Businesses*. Londres: NESTA. En ligne: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/Creating-Growth.pdf>.
- Neff, G., E. Wissinger et S. Zukin. 2005. «Entrepreneurial labor among cultural producers: "Cool" jobs in "hot" industries». *Social semiotics*, vol. 15, no 3, p. 307 - 334.
- Nevarez, L. 1999. «Working and living in the quality-of-life district». *Research in Community Sociology*, vol. 9, p. 185-215.
- Nicolas-LeStrat, P. 1998. *Une sociologie du travail artistique. Artistes et créativité diffuse*. Paris: L'Harmattan.
- Nicolas, S. (2002). Métropole et culture dans les agglomérations nord-américaines. Capsule thématique VRM.ca. Montréal, VRM - Villes, Régions, Monde. En ligne: <http://www.vrm.ca/cultures.asp?P=&Pages=&ID=&Descr=&Recherche=&Cond=&Q=&C=#metro>.
- Nicole-Drancourt, N. et L. Roulleau-Berger. 2001. *Les jeunes et le travail 1950-2000*. Coll. «Sociologie d'aujourd'hui». Paris: PUF.
- Noppen, L. et L.K. Morisset. 2004. «L'après-vision». *La revue d'architecture ARQ*, no 128, p. 20-24.
- Norcliffe, G. et D. Eberts. 1999. «The new artisan and metropolitan space: the computer animation industry in Toronto». Dans *Entre la métropolisation et le village global*, sous la dir. de J.-M. Fontan, J.-L. Klein et D.-G. Tremblay, p. 215 - 232.
- Norcliffe, G. et O. Rendace. 2003. «New geographies of comic book production in North America: The new artisan, distancing, and the periodic social economy». *Economic Geography*, vol. 79, no 3, p. 241-263.
- Nylund, K. 2001. «Cultural analyses in urban theory of the 1990s ». *Acta Sociologica*, vol. 44, no 3, p. 219-230.

- O'Connor, J. 2007. *The cultural and creative industries: a review of the literature*. Rapport produit pour Creative Partnerships. Londres: Creative Partnerships, Arts Council England.
- O'Connor, J. 2002. «Cultural industries». *European Journal of Arts Education*, vol. 2, no 15, p. 27-42.
- O'Connor, J. 1999a. «Definition of cultural industries». *The European Journal of Arts Education*, no 2, p. 15-27.
- O'Connor, J. 1999b. «Popular culture, reflexivity and urban Change». Dans *Creative cities. Cultural industries, urban development and the information society*, sous la dir. de J. Verwijnen et P. Lehtovuori, p. 76-101. Helsinki: University of Art and Design Publishingat.
- O'Donnell, C. 2009. «The everyday lives of videogame developers: experimentally understanding underlying systems/structures». *Transformative Works and Cultures*, no 2.
- O'Donnell, C. 2008. «The Work/Play of the Interactive New Economy: Video Game Development in the United States and India». Thèse de doctorat, Troy, NY, Rensselaer Polytechnic University, Science and Technology Studies. En ligne: http://digitool.rpi.edu:1801/webclient/DeliveryManager?application=DIGITOO-3&owner=resourcediscovery&custom_att_2=simple_viewer&pid=11525.
- O Riain, S. 2002. «High-tech communities: better work or just more work?». *Contexts*, vol. 1, no 4, p. 36-41.
- Oakley, K. 2009. «Getting out of place: the mobile creative class takes on the local: a UK perspective on the creative class». Dans *Creative economies, creative cities. Asian-European perspectives*, sous la dir. de L. Kong et J. O'Connor. Chapitre 8. Berlin: GeoJournal Library.
- Oakley, K. 2004. *Developing the evidence base for support of cultural and creative activities in south east england*. South East England Cultural Consortium (SEEC) et South East England Development Agency (SEEDA). Guilford: SEEDA.
- Oakley, K. et B. Sperry (2008). Fine artists and innovation: a longitudinal study of the impact of fine artists on the UK economy. Working Paper. Londres, The National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA).
- OCDE. 2009. *The impact of culture on tourism*. [Traduction française des pages 3-75]. Paris: Éditions de l'OCDE.
- OCDE. 2007. *Villes et compétitivité. Un nouveau paradigme entrepreneurial pour l'aménagement du territoire*. Paris: Éditions de l'OCDE.
- OCDE. 2006. *Contenus haut débit : stratégies et politiques en matière de contenu numérique*. Paris: Éditions de l'OCDE.
- OCDE. 1996. *L'économie fondée sur le savoir*. Paris: Éditions de l'OCDE.

- Olazabal, I. 2006. «Le Mile-End comme synthèse d'une montréalité en devenir». *Les Cahiers du Gres*, vol. 6, no 2, p. 7-16.
- Ollivier, M. 2008. «Le flâneur créatif: métaphores de mobilité et diversité culturelle». Dans *Arts et territoires : vers une nouvelle économie culturelle? : actes du colloque* (Québec, 76e Congrès de l'ACFAS, 6-7 mai 2008): INRS-UCS.
- Ollivier, M. et V. Fridman (dir.). 2004. *Sociologie et sociétés*. no 36, no1.
- Olsen, J. 2004. «2003 game development salary survey ». *Gamasutra*, 11 fév. 2004.
- Paillé, P. 1996. «De l'analyse qualitative en général et de l'analyse thématique en particulier». *Recherches qualitatives*, no 15, p. 179-194.
- Paillé, P. et A. Mucchielli. 2003. *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris: Armand Colin.
- Pailot, P. 2003. «Méthode biographique et entrepreneuriat : Application à l'étude de la socialisation entrepreneuriale anticipée». *Revue de l'Entrepreneuriat* vol. 2, no 1, p. 19-41.
- Paris, T. (2007). Organisation, processus et structures de la création. Culture Prospective 2007-5. Paris, Ministère de la Culture et de la Communication - DEPS.
- Parmentier, G. et T. Picq. 2006. «Analyse exploratrice des pratiques de GRH innovantes du secteur du jeu vidéo». Dans *Le travail au coeur de la GRH: actes du XVIIe Congrès de l'AGRH* (Reims 16 et 17 novembre 2006): GRH IAE de Lille et Reims Management School.
- Partenariat du Quartier des spectacles, en coll. avec NOMADE_Architecture, G.A. Brière et D. Graphik (2004). *Le Quartier des spectacles : une destination culturelle*. Montréal, Partenariat du Quartier des spectacles.
- Patton, M.Q. 2002. *Qualitative evaluation and research methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Paul, L.J. (2005). "Canadian content in video games". Communication présentée à la Digital Games Research Conference 2005. Vancouver, Digital Games Research Association (DiGRA). En ligne: <http://www.digra.org/dl/db/06276.50521.pdf>. Consultation le 14/06/06.
- Peck, J. 2008. «The cult of urban creativity». Dans *Leviathan undone: the political economy of scale*, sous la dir. de R. Keil et R. Mahon, p. 36-41. Vancouver University of British Columbia Press.
- Peck, J. 2005. «Struggling with the creative class». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 29, no 4, p. 740-770.
- Pecqueur, B. 2003. «Dans quelles conditions les objets patrimoniaux peuvent-ils être support d'activités ?». Dans *Services et développement régional: textes des XIIIème conférence internationale du RESER* (Mons, 9-10 octobre 2003) France, Grenoble: IREP- Université Pierre Mendès.

- Perrons, D. 2003. «The new economy and the work-life balance: conceptual explorations and a case study of new media». *Gender, work & organisation*, vol. 10, no 1, p. 65-93.
- Perrons, D. (2001). The new economy and the work-life balance: a case study of the new media sector in Brighton and Hove. Research Papers in Environmental and Spatial Analysis No. 67. Londres, Department of Geography and Environment, London School of Economics
- Peterson, R.A. 1992. «Understanding audience segmentation: from elite and mass to omnivore and univore». *Poetics*, vol. 4, no 21, p. 243-258.
- Petrova, Y. et P. Mayol. 1998. *Lectures de villes : Villes et vies culturelles*. Paris: ministère de la Culture et de la Communication, Direction de l'administration générale, Département des études et de la prospective (DEP), 172 p.
- Pilati, T. et D.-G. Tremblay. 2008. «Le développement socio-économique de Montréal : La cité créative et la carrière artistique comme facteurs d'attraction ?». *Canadian Journal of Regional Science*, vol. 30, no 3, p. 475-495.
- Pilon, S. 2007. «Localisation industrielle et culture : une analyse comparative des districts de jeux électronique à Montréal et à Los Angeles». Thèse de doctorat, Montréal, Université du Québec à Montréal (UQAM).
- Pine, B.J. et J.H. Gilmour. 1998. « Welcome to the experience economy.». *Harvard Business Review*, vol. 76, no 4 (juillet-août 1998), p. 97-105. En ligne: http://www.itu.dk/courses/DIDE/E2006/downloads/welcome_to_the_experience_economy.pdf.
- Piore, M.J. et C.F. Sabel. 1984. *The second industrial divide: possibilities for prosperity*. New York: Basic Books.
- Pires, A.P. 1997. «Échantillonnage et recherche qualitative : essai théorique et méthodologique ». Dans *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, sous la dir. de J. Poupart, p. 113-167. Montréal: Gaëtan Morin Éditeur.
- Plaza, B. 2000. «Evaluating the influence of a large cultural artifact in the attraction of tourism : The Guggenheim Museum Bilbao Case». *Urban Affairs Review*, vol. 36, no 2, p. 264 - 274.
- Podmore, J. 1998. «(Re)reading the "loft living" habitus in Montreal's inner city». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 22, no 2, p. 283-302.
- Poirier, C. et M. Roy-Valex. 2010. *L'économie créative : Bilan scientifique et analyse des indicateurs de la créativité*. Rapport d'étude remis à Patrimoine canadien - Groupe de recherche sur les politiques/Politique, gestion stratégique et secrétariat francophone. Montréal INRS-UCS.
- Polèse, M. (2008). Les nouvelles dynamiques régionales de l'économie québécoise : cinq tendances. Inédit, Working paper: 2008-7. Montréal, INRS Centre Urbanisation Culture Société.

- Polèse, M. et R. Shearmur. 2004a. «Culture, language, and the location of high-order service functions: The case of Montreal and Toronto». *Economic Geography*, vol. 80, no 4, p. 329-350.
- Polèse, M. et R. Shearmur. 2004b. *Le positionnement de Montréal par rapport à 11 agglomérations : entre perceptions et réalités*. Étude réalisée pour la Chambre de commerce du Montréal métropolitain. Montréal: INRS-UCS. En ligne: <http://www.inrs-ucs.uquebec.ca>.
- Porter, M. 1998. *On competition*. Boston: Harvard Business School Press.
- Porter, M. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Potter, J. et M. Wetherell. 1994. «Analysing discourse». Dans *Analyzing Qualitative Data*, sous la dir. de R.-G. Burgess et A. Bryman, p. 47-66. Londres & New York: Routledge.
- Poupart, J., J. Deslauriers, L. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer et A. Pires (dir.). 1997. *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Montréal: Gaëtan Morin Éditeur.
- Power, D. et M. Lundmark. 2004. «Working through knowledge pools: labour market dynamics, the transference of knowledge and ideas, and industrial Clusters». *Urban Studies*, vol. 41, no 5-6, p. 1025-1044
- Pratt, A.C. 2009. «Urban regeneration: From the arts 'feel good' factor to the cultural economy: A case study of Hoxton, London». *Urban Studies*, vol. 46, no 5-6, p. 1041-1061.
- Pratt, A.C. 2008. «L'apport britannique à la compréhension des fonctions créatives dans les villes globales». Dans *L'économie culturelle et ses territoires*, sous la dir. de F. Leriche, S. Daviet, M. Sibertin-Blanc et J.-M. Zuliani, p. 257-267. Toulouse: Presses Universitaires du Mirail.
- Pratt, A.C. 2005. «Cultural industries and public policy: an oxymoron?». *International Journal of Cultural Policy*, vol. 11, no 1, p. 31-44.
- Pratt, A.C. 2004. «The cultural economy. A call for spatialized "production of culture" perspectives». *International Journal of Cultural Studies*, vol. 7, no 1, p. 117-128.
- Pratt, A.C. 2000. «New media, the new economy and new spaces». *Geoforum*, vol. 31, no 4, p. 425-436.
- Pronovost, G. 1998. «Loisir et travail». Dans *Traité de sociologie du travail*, sous la dir. de M. De Coster et F. Pichault, p. 95-114. Bruxelles: De Boeck.
- Pumain, D. 2004. «Ségrégation». *Hypergéogéographie*. En ligne: <http://www.hypergeo.eu/spip.php?article372>.
- Racine, R. (2006). "Mutations de la création". Intervention présentée à l'atelier "Convergence, créativité et technologie....enfin?" (Montréal, 13 juin 2006), Montréal, Interfaces Montréal.

- Rallet, A. et A. Torre (dir.). 2007. *Quelles proximités pour innover ?* Paris: L'Harmattan.
- Rallet, A. et A. Torre. 2004. «Proximité et localisation». *Economie Rurale*, no 280, 2004, p. 25-41.
- Rantisi, N. et D. Leslie. 2009. «Creativity by design? The role of informal spaces in creative production». Dans *Spaces of vernacular creativity. Rethinking the cultural economy*, sous la dir. de T. Edensor, D. Leslie, S. Millington et N. Rantisi. Londres et NewYork: Routledge.
- Rantisi, N.M., D. Leslie et S. Christopherson. 2006. «Placing the creative economy: scale, politics, and the material». *Environment and Planning A*, vol. 38, no 10, p. 1789 – 1797
- Ray, P.H. et S.R. Anderson. 2000. *The cultural creatives, how 50 millions people are changing the world*. New York: The Three Rivers Press.
- Reich, R. (dir.). 2001. *The Future of Success: Working and Living in the New Economy*. New York: Vintage.
- Reich, R. 1991. *The work of nations: preparing ourselves for 21st century capitalism*. New York: Alfred A. Knopf.
- Rérat, P., O. Söderström, R. Besson et É. Piguet. 2008. «Une gentrification émergente et diversifiée : le cas des villes suisses». *Espaces et Sociétés*, vol. 1-2, no 32-133, p. 39 - 56.
- Rifkin, J. 2000. *L'âge de l'accès : survivre à l'hypercapitalisme*. Paris: Éditions La découverte.
- Roan, A. et G. Whitehouse. 2007. «Women, information technology and 'waves of optimism': Australian evidence on 'mixed-skill' jobs». *New technology, work and employment*, vol. 22, no 1, p. 22-33.
- Robillard Laveaux, O. 2009. «Montréal, ville ouverte? Bars et petites salles du Mile End sur la sellette». *Journal Voir*, édition Montréal, 26 mars 2009.
- Rogers, A. et S.Ventolini. 2004. «"La mobilité professionnelle au-delà des mesures classiques"». Dans *La GRH mesurée: actes du XVème Congrès de l'AGRH* (Montréal, 1er - 4 septembre 2004). En ligne: http://www.agrh2004-esg.uqam.ca/pdf/Tome3/Roger_Ventolini.pdf. Consultation le 18/5/06.
- Rose, D. 2006. «Les atouts des quartiers en voie de gentrification : du discours municipal à celui des acheteurs. Le cas de Montréal». *Sociétés contemporaines*, no 63, p. 39-61.
- Rose, D. 1984. «Rethinking gentrification: beyond the uneven development of Marxist urban theory». *Environment and Planning D*, vol. 2, no 2, p. 47-74.
- Ross, A. 2003. *No collar. The humane workplace and its hidden costs: behind the myth of a new office utopia*. New York: Basic books.
- Rouet, F. (2009). La création dans l'industrie du jeu vidéo. Culture études 2009-1. Paris, Ministère de la Culture et de la Communication - DEPS

- Rousseau, M. 2008. «"Bringing politics back in" : la gentrification comme politique de développement urbain ? Autour des "villes perdantes"». *Espaces et Sociétés*, no 132-133, p. 75-90.
- Roy-Valex, M. 2006. «La classe créative et la compétitivité urbaine : culture et économie ou l'envers et l'endroit d'une théorie». Dans *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie. Enjeux et défis*, sous la dir. de D.-G. Tremblay et R. Tremblay, p. 325-352. Montréal: Presses de l'Université du Québec.
- Roy-Valex, M. (2004). "Nouvelle économie, travail créatif et compétences urbaines. Les travailleurs du jeu électronique multimédia". Communication présentée au XVIIe Congrès international de l'Association internationale des sociologues de langue française (AISLF), (Tours, 5 au 9 juillet 2004).
- Roy-Valex, M. et L. De Verdalle. 2007. «Arts, sciences, nouvelles technologies. Le travail de création artistique sur les marchés du multimédia». Dans *Sociologie des arts, sociologie des sciences: actes du colloque international de Toulouse* (Toulouse, Université de Toulouse-le-Mirail, 18-20 novembre 2004), sous la dir. de F. Gaudez, p.255 - 267. L'Harmattan.
- Rueff, J. 2008. «Où en sont les « game studies » ? ». *Réseaux*, vol. 5, no 151, p. 139-166.
- Sacco, P.L., G.T. Blessi et M. Nuccio. 2009. «Cultural policies and local planning strategies: what is the role of culture in local sustainable development?». *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, vol. 39, no 1, p. 45 - 64
- Sacco, P.L., G. Ferilli et M. Lavanga (2008). Progressive cultural districts: a theoretical and policy design approach. mimeo. DADI, Università IUAV.
- Sacco, P.L. et G. Segre. 2009. «Creativity, cultural investment, and local development: a new theoretical framework for endogenous growth». Dans *Growth and Innovation of Competitive Regions: The role of internal and external connexions*, sous la dir. de U. Fratesi et L. Senn. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Saint-Pierre, D. (2002). La culture comme facteur de développement de la ville : les expériences étrangères. Québec, Ministère de la Culture et des Communications du Québec.
- Saint-Pierre, D. et J. Coutard. 2002. *La culture comme facteur de développement de la ville : recension des écrits et des sites Internet*.
- Samper, B. 2003. «Les artistes et le jeu vidéo ». Dans *De "l'Esthétique de la communication" au Net art : actes du colloque Artmedia VIII* (Paris, 29, 30 novembre et 1er décembre 2002), sous la dir. de M. Costa, F. Forest et A. Bureau: Leonardo/Olats.
- Santagata, W. (2004). Cultural districts and economic development. Working Paper 1. Turin, International Centre for Research on the Economics of Culture, Institutions, and Creativity.
- Santagata, W. 2002. «Cultural districts, property rights and sustainable economic growth». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 26, no 1, p. 9-23.

- Sassen, S. 1991. *The global city: New York London Tokyo*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Savoie-Zajc, L. 2000. «L'analyse des données qualitatives : pratiques traditionnelle et assistée par le logiciel NUDIST». *Recherches qualitatives*, no 21, p. 99-123.
- Savoie-Zajc, L. 1997. «L'entrevue semi-dirigée». Dans *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* sous la dir. de B. Gauthier, p. 263-285. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Saxenian, A.L. 1994. *Regional advantage: culture and competition in silicon valley and route 128*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schaeffer, J.M. 1992. *L'art de l'âge moderne*. Paris: Gallimard.
- Schimpft, M. et P. Sereda (2007). Towards a geography of culture. Culture occupations across the Canadian urban-rural divide. Document de recherche. Ottawa, Statistics Canada, Ministère de l'Industrie, Culture, tourisme et Centre de la statistique de l'éducation
- Schlesinger, P. 2007. «Creativity: from discourse to doctrine?». *Screen*, vol. 48, no 3, p. 377-387.
- Schlink, G. 2006. « Les déterminants du partage des idées créatives comme enjeux de l'innovation. Une application à la relation entre la nouvelle entreprise innovante et son financeur ». Thèse de doctorat, Strasbourg, Université Louis Pasteur.
- Scott, A.J. 2008. *Social economy of the metropolis. Cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*. Oxford et New York: Oxford University Press.
- Scott, A.J. 2007. «Capitalism and urbanization in a new key? The cognitive-cultural dimension». *Social Forces*, vol. 85, no 4, p. 1465-1482.
- Scott, A.J. 2006a. «Creative cities: conceptual issues and policy questions». *Journal of Urban Affairs*, vol. 28, no 1, 2006, p. 1-17.
- Scott, A.J. 2006b. «Les ressorts des villes créatives : Quelles leçons en tirer pour les décideurs ?». Dans *Examens territoriaux de l'OCDE. Villes, compétitivité et mondialisation.*, p. 261-272. Paris: Éditions de l'OCDE.
- Scott, A.J. 2005. *On Hollywood: the place, the industry*. Princeton: Princeton University Press.
- Scott, A.J. 2004. «Cultural-products industries and urban economic development. Prospects for growth and market contestation in global context». *Urban Affairs Review*, vol. 39, no 4, p. 461-490.
- Scott, A.J. 2000. *The cultural economy of cities. Essays on the geography of image-producing industries*. Londres: Sage.
- Scott, A.J. 1998. «Multimedia and digital visual effects: an emerging local labor market». *Monthly Labor Review*, no 121, p. 30-38.

- Scott, A.J. 1997. «The cultural economy of cities». *International Journal of Urban Research*, vol. 21, no 2, p. 323-339.
- Scott, A.J. et F. Leriche. 2005. «Les ressorts géographiques de l'économie culturelle : du local au mondial». *L'Espace Géographique*, vol. 34, no 3, p. 207-222.
- Screen Digest. 2006. *Outsourcing in next generation games development: delivering cost and production efficiency*. Londres: Screen Digest.
- Secor Conseil. 2008. *Étude de balisage (« Benchmark ») de l'industrie du jeu interactif du Québec*. Étude réalisée pour Alliance NumériQC. Montréal: Secor-Taktik.
- Secor Conseil. 2003. *Analyse de positionnement de l'industrie du jeu interactif au Québec*. Étude réalisée pour Alliance NumériQC. Montréal: Secor Conseil.
- Seigel, J. 1991 [1986]. *Paris Bohème. Culture et politique aux marges de la vie bourgeoise, 1830-1930* [Bohemian Paris. Culture, Politics and the Boundaries of Bourgeois Life, 1830-1930]. Coll. «Bibliothèque des histoires». Paris: Gallimard.
- Sellers, J.M. 2002. *Governing from below: urban regions and the global economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sénécal, P., C. Tremblay et D. Teufel. 1990. *Gentrification ou étalement urbain? Le cas du centre de Montréal et de sa périphérie*. Montréal: Société d'habitation du Québec.
- Sennett, R. 1970. *The uses of disorder: personal identity and city life*. Londres: Pinguin Press.
- Shapiro, J.M. (2005 [2003]). Smart cities: quality of life, productivity, and the growth effects of human capital. Document de travail du NBER no 11615. Cambridge, Mass. , National Bureau of Economic Research.
- Shearmur, R. 2006. «L'aristocratie du savoir et son tapis rouge. Quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida ». Dans *La compétitivité urbaine à l'ère de la nouvelle économie: enjeux et défis*, sous la dir. de D.-G. Tremblay et R. Tremblay, p. 285-303. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Sibertin-Blanc, M. 2008. «Place aux artistes dans les politiques d'aménagement métropolitain ! Rencontres et apprentissages communs : l'exemple de Toulouse». Dans *Le développement culturel: un avenir pour les territoires ? : actes du colloque* (Nîmes, France, 17-18 avril 2008).
- Silver, D., T. Clark et L. Rothfield (2006). A theory of urban scenes. Communication présentée à la Annual meeting of the American Sociological Association (Montréal, Palais des congrès de Montréal, 11 août 2006).
- Simon, C. 1998. «Human capital and metropolitan employment growth». *Journal of Urban Economics*, vol. 43, p. 223 - 243.
- Simon, L. 2002. «Le management en univers ludique : Jouer et travailler chez Ubi Soft, une entreprise du multimédia à Montréal (1998-1999) ». Thèse de doctorat, HEC Montréal.

- Simon, P. 1997. «Les usages de la rue dans un quartier cosmopolite ». *Espaces et Sociétés*, no 90-91, p. 43-68.
- Sjoholt, P. 1999. «Culture as a strategic development device : the role of "european cities of culture", with particular reference to Bergen». *European Urban and Regional Studies*, vol. 6, no 4, p. 340-370.
- Smith, A. 1982 [1776]. *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations* [Traduction française de Germain Garnier, 1881 à partir de l'édition revue par Adolphe Blanqui en 1843]. Coll. «Classiques des sciences sociales. Les auteurs classiques». Chicoutimi: J.-M. Tremblay.
- Smith, N. et P. Williams. 1986. *Gentrification of the city*. Boston: Allen et Unwin.
- Sorkin, M. (dir.). 1992. *Variations on a theme park. The new american city and the end of public space*. New York: Hill et Wang.
- Spencer, G.M. 2008 «Économies créatives et lieux divers : une analyse des carrefours créatifs au Canada». Dans *Le Forum international sur l'économie créative: recueil des textes*, p. 71-81. [Traduction française]. Ottawa: Conference Board du Canada.
- Statistique Canada (2007). Tendances du recensement pour Régions métropolitaines de recensement et agglomérations de recensement (tableau : « Certaines tendances relatives aux données pour Montréal (RMR), recensements de 2006, 2001 et 1996 »). Recensement de 2006, produit n° 92-596-XWF. Ottawa, Statistique Canada.
- Stolarick, K. et R. Florida. 2006. «Creativity, connections and innovation: a study of linkages in the Montréal Region». *Environment and Planning A*, vol. 38, no 10, p. 1799-1877.
- Stolarick, K., R. Florida et L. Musante. 2005. *Montréal : ville de convergences créatives : perspectives et possibilités*. Rapport d'étude. Montréal: Catalytix.
- Storper, M. 1989. «The transition to flexible specialisation in the US film industry : external economies, the division of labour, and the crossing of industrial divides». *Cambridge Journal of Economics*, vol. 13, no 2, p. 273-305.
- Storper, M. et S. Christopherson. 1987. «Flexible specialization an regional industrial agglomerations : the case of the U.S motion picture industry». *Annals of the Association of American Geographers*, no 77, p. 104-117.
- Storper, M. et A.J. Scott. 2009. «Rethinking human capital, creativity and urban growth». *Journal of Economic Geography*, no 9, p. 147-167.
- Storper, M. et A.J. Venables. 2004. «Buzz: face-to-face contact and the urban economy ». *Journal of Economic Geography*, vol. 4, no 4, p. 351-370.
- Storper, M. et A.J. Venables. 2002. «Buzz: the economic force of the city ». Dans *DRUID Summer Conference : "Industrial Dynamics of the New and Old Economy - who is embracing whom?* (Copenhagen/Elsinore, 6-8 juin 2002). En ligne: http://www.druid.dk/uploads/tx_picturedb/ds2002-652.pdf.

- Suire, R. 2007. «Cluster "créatif" et proximité relationnelle: Performance des territoires dans une économie de la connaissance ». *Canadian Journal of Regional Science*, vol. 28, no 3, p. 124-138.
- Suire, R. 2004. «Des réseaux de l'entrepreneur aux ressorts du créatif quelles stratégies pour les territoires ?». *Revue Internationale des PME*, vol. 17, no 2.
- Sully, A. (2005). Survol. Bulletin de la recherche, des politiques et du lectorat, numéro 13. Direction de la recherche des politiques et du lectorat. Québec, Ministère de la Culture et des Communications du Québec.
- Suzanne, G. 2007. «De l'entre des cultures en Méditerranée comme imaginaire mondialisé». Dans *Culture en ville. L' "entre" des cultures: actes du séminaire de recherche* (Royoumont, France, 26 et 27 octobre 2007), p.55-56. Transversité / LESA-Université de Provence.
- Tavan, C. (2003). Les pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance. Insee Première, vol.02, no 883. Paris, Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE).
- TECHNOCompétences. 2009. *L'emploi dans l'industrie du jeu électronique au Québec en 2009. Un portrait sommaire de la situation*. Montréal: TECHNOCompétences - Comité sectoriel de main-d'œuvre des technologies de l'information et des communications.
- TECHNOCompétences. 2008. *L'emploi dans l'industrie du jeu électronique au Québec en 2008*. Montréal: Technocompétences.
- TECHNOCompétences. 2007. *L'emploi dans l'industrie du jeu électronique au Québec: évolution récente et perspectives*. Montréal: TECHNOCompétences - Comité sectoriel de main-d'œuvre des technologies de l'information et des communications.
- TECHNOCompétences. 2005. *L'industrie du jeu électronique au Québec. Élaboration de profils de postes en vue de la promotion des carrières*. Montréal: TECHNOCompétences, Comité sectoriel de main-d'oeuvre en technologies de l'information et des communications.
- TECHNOCompétences. 2003. *Développement de la main-d'œuvre des entreprises québécoises de production de jeux électroniques*. Montréal: TECHNOCompétences - Comité sectoriel de main-d'œuvre des technologies de l'information et des communications.
- TECHNOCompétences. 2002. *Jeu électronique : profil de la main-d'oeuvre des entreprises québécoises*. Montréal: TECHNOCompétences, Comité sectoriel de main-d'oeuvre en technologies de l'information et des communications.
- Tesson, F. (2008). Être une creative city ou une ville de qualité de vie. En ligne: http://web.univ-pau.fr/~ftesson1/tesson/images/Html_temp/Pdf/CreativeCity.pdf. Consultation le 07/09/08.
- The NPD Group (2009). "Canadian video game sales surge despite market fallout". Communiqué de presse émis par The NPD Group. Toronto, 30 janvier, 2009. En

ligne: http://www.afjv.com/press0902/090223_npd_croissance_canada.htm.
Consultation le 06/03/09.

- Thiard, P. 2005. «L'offre territoriale : un nouveau concept pour le développement des territoires et des métropoles?». *Territoires 2030*, no 1, p. 17-28.
- Thomas, D.R. 2006. «A general inductive approach for analyzing qualitative evaluation data». *American Journal of Evaluation*, vol. 27, no 2, p. 237-246.
- Throsby, D. 2001. *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Torre, A. 2006. «Clusters et systèmes locaux d'innovation. Un retour critique sur les hypothèses naturalistes de la transmission des connaissances à l'aide des catégories de l'économie de la proximité». *Régions et Développement*, no 24, p. 15-44.
- Tremblay, D.-G. (2003a). Nouvelles carrières nomades et défis du marché du travail; une étude dans le secteur du multimédia. Notes de recherche 2003-2 de la Chaire Bell. Montréal, Télé Université du Québec.
- Tremblay, D.-G. 2003b. «Nouvelles formes de travail, nouvelles modalités d'apprentissage dans l'économie du savoir. Que nous apprend le cas du multimédia au Québec ? ». Dans *La nouvelle économie. Où ? Quoi ? Comment ?*, sous la dir. de D.-G. Tremblay et D. Rolland, p. 160-184. Montréal: Presses de l'Université du Québec.
- Tremblay, D.-G., J.L. Fontan, J.M. Klein et S. Rousseau. 2003. «Proximité territoriale et innovation : une enquête sur la région de Montréal». *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, no 5, p. 835-870.
- Tremblay, D.-G. et T. Pilati. 2008a. «Les centres d'artistes autogérés et leur rôle dans l'attraction de la classe créative». *Géographie, économie et société*, vol. 10, no 1, p. 427-447.
- Tremblay, D.-G. et T. Pilati. 2008b. «The Tohu and artist-run centers: Contributions to the creative city?». *Canadian Journal of Regional Science*, vol. 30, no 2, p. 337-356.
- Tremblay, G. 2008. «Industries culturelles, économie créative et société de l'information ». *Global Media Journal*, vol. 1, no 1, p. 65-88.
- Tremblay, G. et J.-N. Lacroix. 2002. «La marchandisation et l'industrialisation de la culture, de l'information et de la communication». Dans *Traité de la culture*, sous la dir. de D. Lemieux, p. 264-282. Québec: PUL/IQRC.
- Trottier, M. 1997. «La performance économique de Montréal depuis 1987». Dans *Les défis et les options de la relance de Montréal*, sous la dir. de L.-N. Tellier, p. 7-21. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec.
- Tschang, F.T. et J. Szczypula. 2006. «Idea creation, constructivism and evolution as key characteristics in the videogame artifact design process». *European management journal*, vol. 24, no 4, p. 270-287.
- Turner, R.S. 2002. «The politics of design and development in the postmodern downtown». *Journal of Urban Affairs*, vol. 24, no 5, 2002, p. 533-548.

- Ullmann, E.L. 1954. «Amenities as a factor in regional growth». *Geographical Review* vol. XLIV, no 1954, p. 119-132.
- UNESCO-ISU. 2007. *Version préliminaire du Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles (CSC) de 2009*. Montréal: Institut de statistique de l'UNESCO.
- UNESCO. 1998. *Rapport mondial sur la culture : culture, créativité et marchés*. Paris: UNESCO.
- URBACT Culture. 2008. *Les activités culturelles, les industries créatives et les villes*. Coll. «Villes». Saint-Denis-La Plaine: Délégation interministérielle à la ville (DIV).
- Urfalino, P. 1989. «Les politiques culturelles : mécénat caché et académie invisible». *L'Année sociologique*, no 39, p. 81-109.
- Urfalino, P. 1987. «La municipalisation de la culture ». Dans *Pratiques culturelles et politiques de la culture*, sous la dir. de F. Chazel, p. 53-73. Coll. «Publications M.S.H.A.». Talence: Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine.
- Uricchio, W. 2004. «Beyond the great divide: collaborative networks and the challenge to dominant conceptions of creative industries». *The International Journal of Cultural Studies*, vol. 7, no 1, p. 79-90.
- Urry, J. 2001. *The tourist gaze*. 2e édition. Londres: Sage Publications.
- Urry, J. 1995. *Consuming places*. New York: Routledge.
- Vandermotten, C., F. Vermoesen, W. De Lannoy et S. De Corte. 1999. «Villes d'Europe. Cartographie comparative». *Bulletin du Crédit Communal*, p. 207-208.
- Vang, J. 2007. «The spatial organization of the news industry: questioning assumptions about knowledge externalities for clustering of creative industries.». *Innovation: Management, Policy, & Practice*, vol. 9, no 1, p. 14-27.
- Veltz, P. 1996. *Mondialisation, villes et territoires*. Paris: PUF.
- Venturelli, S. (2003). From the information economy to the creative economy: moving culture to the center of international public policy. Cultural Comment Series. Washington, The Center for Arts and Culture.
- Verwijen, J. et P. Lehtovuori. 1999. *Creative cities, cultural industries, urban development and the information society*. Helsinki: University of Art and Design Publishing.
- Ville de Montréal. 2007. *Plan d'action 2007-2017 - Montréal, métropole culturelle*. Montréal: Ville de Montréal.
- Ville de Montréal (2006). Profils des districts électoraux de 2005. Montréal, Ville de Montréal.
- Ville de Montréal. 2005. *Politique de développement culturelle de la Ville de Montréal 2005-2015*. Montréal: Direction du développement culturel et des bibliothèques, Service du développement culturel, de la qualité du milieu de vie et de la diversité ethnoculturelle, Ville de Montréal.

- Ville de Montréal (2002). PROFIL: Arrondissement du Plateau-Mont-Royal. Document de travail. Montréal, Ville de Montréal.
- Vincent, G. 1997. «Les artistes dans la ville : contribution au changement urbain?». *Hommes et terres du Nord*, no 3-4, 1997.
- Vinodrai, T. et M.S. Gertler. 2006. *Culture and innovation in the knowledge-based economy. Opportunities and challenges for Ontario*. Document de recherche soumis au Ontario Ministry of Research and Innovation.
- Vivant, E. 2006. «Le rôle des pratiques culturelles off dans les dynamiques urbaines». Thèse de doctorat, Champs sur Marne, Institut Français d'Urbanisme, Université Paris 8.
- Volkering, M. 2001. «From cool britannia to hot nation: creative industries' policies in Europe, Canada and New Zealand». *International Journal of Cultural Policy*, no 7 p. 437-456.
- Vorley, T., O. Mould et L.H. Smith. 2008. «“Editorial”. Geographical economies of creativity, enterprise and the creative Industries». *Geografiska Annaler B:Human Geography*, vol. 90, no 2.
- Ward, S.V. 1998. *Selling places: the marketing and promotion of towns and cities, 1850-2000*. Londres: E&FN Spon.
- Warde, A., L. Martens et W. Olsen. 1999. «Consumption and the problem of variety: cultural omnivorousness, social distinction, and dining out». *Sociology*, vol. 1, no 33, p. 105-127.
- Weber, R. 2007. «The metropolitan habitus: its manifestations, locations, and consumption profiles». *Environment and Planning A*, vol. 39, no 1, p. 182-207.
- Weber, R. et E. Delgado. 1996. *Culture et quartiers*. Strasbourg: Conseil de l'Europe.
- Werquin, T. 2008. «L'impact des équipements et événements culturels sur le développement économique local : entre fantasme et réalité.». Dans *Arts et territoires : vers une nouvelle économie culturelle? : actes du colloque* (Québec, 76e Congrès de l'ACFAS, 6-7 mai 2008): Montréal: INRS-UCS.
- White, A. 2009. «A grey literature review of the UK Department for Culture, Media and Sport's Creative Industries Economic Estimates and Creative Economy research programme.». *Cultural Trends*, vol. 18, no 4, p. 337-343.
- Williams, P. 1984. «Class constitution through spatial reconstruction? A re-evaluation of gentrification in Australia, Britain and the United States». Dans *Gentrification of the City*, sous la dir. de N. Smith et P. Williams, p. 205-234. Albany: State University of New York Press.
- Wojan, T.R., D.M. Lambert et D.A. McGranahan. 2007. «Emoting with their feet: Bohemian attraction to creative milieu». *Journal of Economic Geography*, vol. 7, no 6, p. 711-736.
- Work Foundation. 2007. *Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries*. Document de recherche préparé pour le Department for Culture Media and Sport (DCMS). Londres: DCMS.

- Zackariasson, P., A. Styhre et T.L. Wilson. 2006. «Phronesis and creativity: knowledge work in video game development». *Creativity and Innovation Management*, vol. 15, no 4, p. 419-429.
- Zukin, S. 1998. «Urban lifestyle: diversity and standardisation in spaces of consumption ». *Urban Studies*, vol. 35, no 5-6, p. 825-839.
- Zukin, S. 1995. *The cultures of cities*. New York et Oxford: Oxford University Press.
- Zukin, S. 1991. *Landscapes of power: From Detroit to Disney World*. Berkeley et Los Angeles: University of California Press.
- Zukin, S. 1989 [1982]. *Loft living: culture and capital in urban change*. New Brunswick, NJ.: Rutgers University Press.
- Zukin, S. 1982. *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Zuliani, M. et M. Grossetti. 2005. «L'agglomération toulousaine : un système local de compétences? ». Dans *Globalisation, systèmes productifs et dynamiques territoriales. Regards croisés au Québec et dans le Sud-Ouest français*, sous la dir. de R. Guillaume, p. 55-88. Paris: L'Harmattan.