

Evènementiel et créativité à Saint-Etienne : Articulations, transformations et tensions au cœur de la fabrique et de la pratique de l'urbain

Event and creativity in Saint-Etienne: Links, changes and conflicts in the
fabric and practice of the urban

Georges-Henry Laffont¹

¹ Maître de conférences, UMR 5600 EVS – Université de Lyon, ENSA de Saint-Etienne, georges-henry.laffont@st-etienne.archi.fr

RÉSUMÉ. En adaptant le modèle de ville créative au contexte local, Saint-Etienne développe depuis le milieu des années 1990 une politique urbaine dont l'objectif est de régénérer son tissu urbain et produire une image urbaine dynamique. Autour du design comme marqueur, les acteurs publics et privés locaux ont recours à l'évènementiel, à des réalisations architecturales ou urbaines emblématiques, à une politique patrimoine de labélisation et au développement d'une offre de tourisme créatif. Par une méthodologie croisant analyses de discours et de documents, observations de comportements individuels et collectifs lors d'évènements ou dans des lieux transformés à l'analyse des espaces eux-mêmes, cette réflexion autant analytique qu'exploratoire, discute des articulations, transformations et tensions entre évènementiel et créativité dans la pensée, la fabrique et la pratique de l'urbain.

ABSTRACT. By adapting the creative city model to the local context, Saint-Etienne has been implementing an urban policy since the mid-1990s with the aim of renewing its urban tissue and producing a dynamic urban image. With design as a marker, local public and private actors have had recourse to events, emblematic architectural or urban achievements, a heritage policy of labelling and to the development of a creative tourism offer. By combining analyses of discourses and documents, observations of individual and collective practices during events or in transformed places with the analysis of the spaces themselves, this analytical and exploratory study discusses the articulations, transformations and tensions between the event-based and the creative in the thinking, the making and the practice of the urban.

MOTS-CLÉS. ville créative, évènementiel, projet urbain, tourisme, Saint-Etienne.

KEYWORDS. creative city, events, urban project, tourism, Saint-Etienne.

« Saint-Etienne déborde de bonnes idées ! (...) Des quartiers qui se réinventent, des curiosités culturelles, du design un peu partout... HORS CADRE, ce sont toutes les initiatives de Saint-Etienne et de ses environs pour se réinventer. Ces idées bien trouvées, dispersées, un peu folles, bizarres parfois, toujours neuves et surtout pas reçues, « Sainté » vous invite à les découvrir (...) Et si, (...) HORS CADRE était une invitation à sortir des sentiers battus et à s'ouvrir l'esprit ? ». Cet extrait provenant du dernier guide édité par l'Office de Tourisme de Saint-Etienne illustre la stratégie déployée depuis le milieu des années 1990 pour faire de cet ancien bastion industriel une ville moderne.

Cette stratégie vise à mettre en avant un territoire en permanente réinvention, revendiquant une pratique urbaine conçue sur l'expérience des valeurs cachées, des secrets, de : « *ce qui relève de l'ordinaire des lieux et des modes d'habiter qui s'y déploient quotidiennement* » (Laffont, 2019, p. 3). Suivant le modèle de la ville créative, théorisé pour les uns (Landry, 2000 ; Bianchini, 1988) ou apparenté à un modèle mobile pour d'autres (Soderstrom, 2012 ; Arab, 2007), Saint-Etienne¹

¹ Préfecture du département de la Loire, située dans la vallée du Furan, entre les bassins versants de la Loire et du Rhône et cernées par les monts du Velay, Forez, Lyonnais et du Pilat, Saint-Étienne est la seconde commune la plus peuplée de la région Auvergne-Rhône-Alpes après Lyon (171000 hab en 2015), la seconde communauté urbaine après le Grand Lyon (404000 hab) et a

© 2023 ISTE OpenScience – Published by ISTE Ltd. London, UK – openscience.fr

développe depuis trente ans une politique urbaine qui accorde un rôle primordial, sous diverses formes et modalités, à la créativité. Cette dernière, largement mobilisée dans le double contexte d'urbanisation généralisée et de métropolisation mobilise, articule et instrumentalise les ressources culturelles, patrimoniales et touristiques d'un territoire dans un nouveau cycle de développement urbain où le recours à l'évènementiel devient l'outil privilégié des politiques locales. Alors que l'évènementiel a une puissance symbolique et performative visant à requalifier la ville, en termes d'images, de régénération de tissu urbain, de gouvernance et de pratiques (Laffont, 2021), la créativité, elle, sert donc autant de moteur que d'horizon pour agir sur la cohésion sociale, la qualité de vie urbaine, la valorisation du patrimoine bâti et paysager, les investissements dans des équipements culturels, la requalification des espaces publics.

Une trentaine d'années après la mise en place de cette politique, Saint-Etienne offre l'occasion de venir évaluer le développement d'un projet de ville créative et de renseigner, au-delà de l'étude de cas la place de la créativité et de l'évènementiel dans la pensée, la fabrique et la pratique de l'urbain : comment évènementiel et créativité ont été et sont mis en récits dans les différents discours portés sur le projet urbain ? Quels imaginaires véhiculent-ils ? De quelles manières évènementiel et créativité interviennent-ils dans la fabrique ordinaire de la ville ? Au-delà de servir une imagerie, quels sont les marques, impacts et effets de l'évènementiel et de la créativité sur le tissu urbain et la gouvernance urbaine ? Alors que l'évènementiel peut être appréhendé comme une série de parenthèses de parenthèses dans le rythme de la vie urbaine, en quoi modifie-t-il ces mêmes rythmes, mais aussi les conditions de production et d'appropriation de l'urbain ?

Sur la base de l'analyse d'un matériau composé d'articles de presse écrite (locale et nationale), de documents (collectivités territoriales, institutions et structures impliquées dans la gestion, la transformation et la promotion du territoire stéphanois), d'entretiens (acteurs de la ville) et d'observations (réalisées dans les temps ordinaires et extraordinaires de la ville), cette réflexion, exploratoire a deux objectifs. Tout d'abord, elle vise à renseigner l'effectivité de la transformation matérielle, économique, discursive et expérientielle d'une ville dite « créative » et celle des articulations entre tourisme, culture et patrimoine. Puis, elle souhaite éclairer un certain nombre de phénomènes à l'œuvre dans l'urbain contemporain comme le rôle de l'évènementiel et du récit dans le projet urbain, l'esthétisation, l'uniformisation et la « mise en ambiance » de l'espace urbain ou encore les liens entre urbanité et éprouvé affectif.

Le propos sera structuré en trois parties. Une première déployant les cadres contextuels, théoriques et méthodologiques de la recherche. Une deuxième présentant un certain nombre d'éléments d'observations liées à « la mue » de Saint-Etienne en ville créative par l'articulation entre évènementiel et créativité. Une troisième, enfin, proposant au débat des réflexions à propos des effets de cette association sur la fabrique et la pratique urbaines.

1. Cadre contextuel, conceptuel et méthodologique

Après une vingtaine d'années d'expansion économique et de résorption des inégalités sociales dynamisées par l'interventionnisme de l'Etat-Providence, les mutations profondes du capitalisme des décennies 1970 et 1980 sonnent le glas du golden age of welfare state au profit du silver age of permanent austerity (Pierson, 2001). En parallèle, l'émergence d'une économie « post-industrielle » caractérisée par le recul d'une industrie traditionnellement garante du dynamisme urbain et l'extension des secteurs de la connaissance et de la culture, donne à la créativité une place et un rôle importants dans le développement urbain. Alors, au tournant des années quatre-vingt, la ville créative, sorte de version territorialisée et « en pratiques » de l'économie de la connaissance et de la

un bassin d'emploi s'étendant sur quatre départements (Loire, Haute-Loire, Ardèche et Rhône) pour une population de plus de 600 000 hab.

créativité s'ajoute à la liste des modèles de développement urbain, comme la ville technopolitaine des années quatre-vingt, celui de la ville globale de la décennie suivante et celui de la ville durable et de ses variantes. (Liefoghe, 2009). L'équation est alors simple : la ville aurait des qualités favorisant la créativité et des politiques publiques ad-hoc pourraient les mobiliser pour rendre un territoire attractif.

Pour les villes qualifiées de post-industrielles confrontées à des phénomènes de décroissance urbaine et qui subissent les effets dévalorisants de la transition postfordiste qui ciblent à la fois leur réalité concrète (marché immobilier détendu, friches industrielles, chômage marqué, précarité des ménages, etc.) et leur réalité perçue (mocheté, saleté, insécurité, etc.), héritées la plupart du temps de leur histoire industrielle, la ville créative apparaît comme une aubaine. En effet, elle semble permettre une sortie de la spirale des crises successives contribuant à les plonger dans la torpeur et, par là même, à accentuer une image négative qui, à son tour, participe de l'accroissement des difficultés socio-économiques. Tout l'enjeu devient donc de favoriser un cercle vertueux où les activités créatives irrigueront l'économie territoriale et redynamiseront un territoire déprécié par les crises industrielles.

Pour faire advenir cette ville créative, les acteurs de l'urbanisme globalisé ont pu compter sur un nouvel outil, le « projet urbain » (Pinson, 2009). Emblème organisationnel de la modernité occidentale (Boutinet, 2012), le projet normalise la manière de penser et produire l'urbain en servant de support aux instruments de l'action publique et de référentiel global pour les acteurs de l'urbain (Lascoumes et Le Galès, 2007). Ainsi, la ville créative devient à la fois une logique de mise en conformité et de distinction dans le cadre de la concurrence interurbaine et de la métropolisation (Adam et Laffont, 2018). Suivant ces deux logiques, un des enjeux des politiques publiques de soutien à la créativité n'est pas tant de développer et conforter une offre culturelle que de mobiliser savoir-faire et savoir-vivre locaux au service d'un renouveau économique, social, culturel, identitaire.

Induites par la mondialisation du capital et renforcées par les dynamiques marchandes à l'œuvre dans l'urbain (Brenner et Theodore 2002), l'internationalisation des processus de production et l'interdépendance des marchés ont permis la diffusion rapide de « modèles urbains » et autres « bonnes pratiques » (Devisme et al., 2007).

En outre, la néolibéralisation des politiques urbaines a également contribué à accélérer les échanges entre les villes, multipliant les espaces et les acteurs qui dynamisent la circulation internationale des modèles urbains et accentuent encore davantage l'uniformisation de l'action urbaine.

À Saint-Etienne, dans un contexte de « décroissance et de difficultés de mobilisation de l'investissement privé qui en découlent » (Morel Journel et Sala Pala, 2018, p.4), les acteurs locaux vont progressivement mobiliser les potentiels culturels, patrimoniaux et dans une certaine mesure touristique dans un nouveau cycle de développement urbain. Une politique de revalorisation, empruntant à ces domaines leur puissance symbolique et performative, va se développer avec pour objectifs de requalifier l'image et le tissu urbains. La créativité, à travers le marqueur design va servir autant de moteur que d'horizon pour agir sur la cohésion sociale, la qualité de vie urbaine, la valorisation du patrimoine bâti et paysager, les investissements publics et privés dans des équipements culturels de types métropolitains et la requalification des espaces publics. Qu'en est-il concrètement plus de trente ans après, de l'efficacité de projet urbain de Saint-Etienne, ville créative ?

Comme cela était mentionné en introduction, cette réflexion souhaite proposer une évaluation de la ville créative à travers l'analyse du cas de Saint-Etienne. L'évaluation est ici abordée suivant une triple approche. Tout d'abord, en tant qu'action d'évaluer, d'apprécier d'une part la transformation

matérielle, discursive et expérientielle d'une ville se revendiquant « créative » et d'autre part celle des articulations entre tourisme, culture et patrimoine. Ensuite, en tant que procédé mis en place pour réaliser cette action. Ici il s'agit proposer une méthode pour tenter d'évaluer une ville créative croisant qualitatif et quantitatif. Enfin, évaluation est mobilisée au sens de valeur qui peut être donnée à cette évaluation par rapport à une réflexion plus générale sur l'urbain. Dès lors, des questions émergent : comment évaluer un projet urbain ?

Si l'augmentation de la population, le nombre de projets d'urbanisme engagés, le poids dans l'économie locale des activités créatives ou encore les fréquentations de musées et autres manifestations peuvent renseigner, d'une manière comptable, l'évolution de la trajectoire de développement d'une ville, comme Saint-Etienne ici ou une autre, est-ce suffisant et pertinent pour évaluer si cette même ville change en termes d'imagerie, de pratiques de l'espace, de discours porté par les acteurs locaux, d'appréciation de la part de celles et ceux qui l'arpentent au quotidien ou le temps d'une visite ?

Ici, nous tentons de saisir le projet urbain stéphanois en tant qu'action de transformations du dire, faire et vivre cette ville nommée Saint-Etienne. Par ville nous entendons à la fois le terme du langage courant désignant un espace à fort degré d'anthropisation, lieu privilégié de la concentration des humains et de l'accumulation historique que cet espace lui-même, ici Saint-Etienne, dans ses dimensions spatiales et morphologiques, fonctionnelles et d'usages, processuelles, imaginaires et symboliques.

De son côté, la méthodologie adoptée mobilise différents outils qualitatifs. Ainsi, le matériau d'enquête est composé d'articles parus dans la presse écrite locale et nationale ; de documents émis par les collectivités territoriales, les institutions et les structures impliquées dans la gestion, transformation et promotion du territoire stéphanois ; d'entretiens réalisés auprès d'acteurs de la technostructure locale et d'observations réalisées au cours de différents événements.

Quant à la réflexion, elle se structure en deux temps. Tout d'abord, elle au jour une narration chrono thématique des processus et actions qui ont structuré le projet urbain couplée à une analyse de leurs résultats au sens de ce qu'ils ont changé dans les manières de penser, fabriquer et vivre Saint-Etienne. Ensuite, elle autorise l'observation de phénomènes à l'œuvre qui questionnent la production contemporaine de l'urbain.

2. Le récit de la transformation de Saint-Etienne en ville créative

« Le ciel est bas, mais l'impression de grisaille, presque poisseuse, ne vient pas de là. Dans ce quartier de Saint-Étienne, ce sont les immeubles délabrés qui donnent le bourdon. Les façades sont comme couvertes de suie. Là, des cabanes surplombent le dernier étage d'une construction. Ailleurs, c'est un empilement de bâtiments décrépis au détour d'un escalier. (...) Armeville, l'autre nom de la cité de Manufrance, semble être restée « pauvre ville », la capitale des taudis ». À la lumière de cet extrait d'un article du Monde parut en 2014 soit plus de vingt ans après les fermetures successives des aciéries, des mines, de Manufrance et de la Manufacture nationale d'armes, Saint-Etienne ne semble pas réussir à se débarrasser d'une image dépréciative (Vant, 1981). Pourtant, dès 1964, des politiques ne portant pas encore le nom de marketing urbain sont développées, présentant la ville dans un écrin de verdure où le bien vivre, la performance et l'innovation sont au rendez-vous. En parallèle, à partir de 1977, d'importantes campagnes d'améliorations de l'habitat et de la relance économiques sont mises en place. Toutefois, ce n'est qu'avec l'élection à la tête de la municipalité de l'ancien adjoint à l'urbanisme, Michel Thiollière, en 1995, que Saint-Etienne opère un tournant radical et ambitionne d'être identifiée comme ville créative se distinguant par le design.

2.1. La mise en récit du projet urbain stéphanois

Trois ans avant son élection, M. Thiollière avait amorcé ce changement de perspective en confiant à Ricardo Bofill la mission d'un projet urbain capable de renouveler l'image de Saint-Etienne et de la faire entrer dans l'ère de l'économie de la création et de la connaissance. La mission se solde par la parution en 1993 de « Saint-Etienne Horizon 2020 ». Ce document de prospective servira – et sert encore – de référentiel ou de « plan guide » aux politiques et actions d'aménagement, d'urbanisme, etc.

L'objectif des acteurs locaux est alors clair : réaliser le renouvellement urbain de Saint-Etienne en adaptant au contexte local les politiques d'urban regeneration conduites à Glasgow, Birmingham et surtout Bilbao. Ces trois villes partageant des trajectoires les ayant conduites de villes ayant soufferts de la désindustrialisation et d'une image négative à villes élevées au rang de modèle de renouvellement et par conséquent d'exemples à suivre. Sur le plan urbanistique, l'enjeu était de requalifier des espaces urbains délaissés – majoritairement par les industries – par l'articulation entre culture, patrimoine et tourisme – de manière très modeste, Saint-Etienne n'ayant jamais été une destination² - pour faire de ces actions et espaces de qualités, des vecteurs d'attractivité économique et résidentielle mais aussi des symboles pour une population en quête d'identité et de fierté. Le projet urbain stéphanois va s'appuyer sur Bilbao, figure européenne majeure en termes de régénération urbaine et de Nantes, exemple à l'échelle nationale. Pour que Saint-Etienne devienne une ville créative, les acteurs locaux vont d'une part, profiter du caractère événementiel de certaines manifestations à fortes visibilité et d'autre part mettre en place une série d'événements afin tout d'abord de forger une image de marque dynamique et innovante et ensuite de matérialiser cette transformation.

L'association la plus significative entre événementiel et créativité au service de la transformation du tissu urbain et de l'image de la ville est celle qui se noue à partir de 1998 autour du design. Alors que Saint-Etienne est retenue parmi les villes françaises hôtes de la coupe du monde de football, la Biennale Internationale de Design est lancée. Lors de cette première édition, elle enregistre 30000 entrées. Par la suite, onze autres éditions, jusqu'à celle de 2022 intitulée « Bifurcations », se succéderont avec des fortunes et critiques divers, enregistrant une moyenne de 110000 entrées par Biennale.

² En 2018, d'un point de vue statistique, si l'on se réfère aux données présentées dans le « Cahier de l'Observation » n°29 du Tourisme dans le Loire » publié par l'Agence du Développement Touristique de la Loire, le tourisme a généré 237 millions d'euros de dépenses dans le département, dont 104, 28 m d'€ à Saint Etienne Métropole, 6,4 millions de nuitées dont 2,81 millions à SEM, pour 1,13 millions de visiteurs au total dont 497000 à SEM. D'après les chiffres fournis par l'office de tourisme de Saint-Etienne Métropole, SEM avait attiré 650000 visiteurs en 2016.

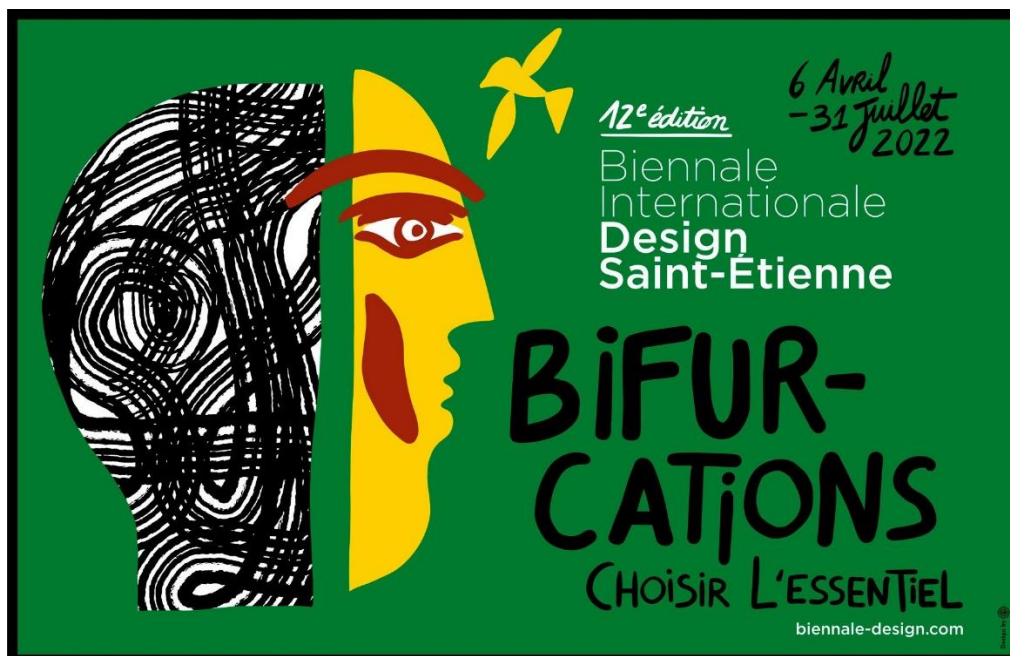


Figure 1. Affiche de la 12^{ème} édition de la Biennale Internationale Design de Saint-Etienne

En parallèle, à partir de 1998 et jusqu'en 2003, les Ateliers Espaces Public, regroupant de jeunes diplômés des écoles d'architecture, des Beaux-Arts et de Design vont, sous la houlette de l'urbaniste Jean-Pierre Charbonneau, réaménager plus de 120 places et sites stéphanois. À côté d'un événement à forte visibilité comme l'accueil d'une manifestation sportive d'envergure ou la création d'un événement culturel récurrent comme la Biennale Design, une série d'actions de proximité, rapides et peu coûteuses comme les Ateliers Espaces Publics impulsent une dynamique dans la traduction concrète du projet urbain porté par la municipalité. Au cours d'un entretien, M.Thiollière nous confiait que « l'idée derrière tout ça, c'était de faire en sorte que l'on retrouve dans la vie quotidienne des vecteurs du changement : la créativité. Ce qui est important c'est que cela se voit et que cela se sache dans la ville ». Un an avant le lancement de la Biennale de Design et la première requalification des espaces publics stéphanois, la manifestation « Art dans la ville » proposait aux artistes et amateurs d'art contemporain de sortir des galeries ou de leurs ateliers, d'investir la ville avec leurs productions. De leur côté, les habitants étaient invités à redécouvrir leur ville à la faveur de l'exposition de créations d'artistes locaux et internationaux rassemblés autour d'une thématique annuelle. Cette manifestation connaîtra 9 éditions avant de disparaître.

Toutefois, si l'événementiel et la culture font figures de portes drapeaux du renouvellement d'image de Saint-Etienne et dans une certaine mesure introduisent des pratiques de l'espace urbain renouvelées, la quête d'une qualité urbaine et architecturale appelle à une autre articulation, celle de la valorisation de l'héritage bâti de l'épopée industrielle avec la production de bâtiments iconiques ainsi que d'opérations d'urbanisme d'envergures.

2.2. La fabrique urbaine ou l'acclimatation des modèles et autres « bonnes pratiques »

Tout d'abord, une politique que l'on peut qualifier de patrimoniale, va être développée en rupture avec celle de tabula rasa, caractérisant les précédentes mandatures. Saint-Etienne va, en quelque sorte, inventer son patrimoine après avoir mis en œuvre une stratégie volontariste de modernité incarnée par des opérations immobilières et d'aménagements comme Firminy Vert par Eugène Claudius-Petit et le Corbusier entre 1953 et 1971 ou par Michel Durafour maire de Saint-Etienne de 1965 à 1977. Ainsi, progressivement, les acteurs stéphanois découvrent que la ville « à défaut de monument historique (...) disposait d'un patrimoine exceptionnel, qu'il s'agisse de son héritage de première grande ville industrielle de France avec une tradition de relation étroite entre l'art et

l'industrie ou que ce soit parce que (...) elle a fait travailler quelques-uns des meilleurs architectes de ces deux derniers siècles » (Tomas, 2003, p.39).

Cette prise de conscience, « fièvre » pour certains (Gay, 2008, p.57), « passion discrète » pour d'autres, conduit les acteurs locaux à mobiliser friches industrielles et bâtiments en autant des ressources pour asseoir le projet urbain et valoriser le territoire par l'association créativité-culture-patrimoine.

Cette stratégie portera en partie ses fruits et permettra à Saint-Étienne d'obtenir en 2020 le label « Ville d'art et d'histoire » pour son patrimoine du XIX^{ème} mais surtout du XX^{ème} siècle. Trouvant son origine dans l'appellation « Ville d'Art » créée en 1967, le label VAH donne légitimité et cadre aux activités des associations, des offices de tourisme et des syndicats d'initiatives qui font du patrimoine un outil et une ressource pour développer une politique de tourisme urbain (Colardelle, 2009). Enfin, pour accompagner la traduction concrète de cette association, trois musées d'envergure vont se développer : celui d'Art Moderne et Contemporain, seconde collection nationale de design après le Centre Pompidou à Paris qui enregistre près de 100000 entrées payantes par an; celui de la mine dit Parc Musée Couriot et celui d'Art et d'Industrie valorisant tous deux dans un horizon culturel et créatif, l'aventure industrielle stéphanoise, qui eux dépassent les 50000 entrées annuelles payantes. Patrimoine et label vont ainsi permettre de développer, timidement certes, des actions de promotion touristique des héritages locaux.



Figure 2. « Les before de Couriot » - concerts de l'été - Parc Musée de la Mine Couriot

Dans le domaine de la production architecturale et urbaine, le recours à des architectes de renom – star architectes – afin de réaliser des bâtiments iconiques a été fort à Saint-Etienne, surtout au cours du second mandat municipal de M.Thiollière (2001-2008). Cette pratique, éprouvée par la requalification de Bilbao l'ayant conduit à devenir l'incarnation du modèle de la ville créative, légitime la capacité de Saint-Etienne à se transformer et à répondre aux canons d'un urbanisme globalisé. Rudy Riciotti – Grands Moulins de Paris, MUCEM à Marseille, Gare de Nantes, Philharmonique de Postdam, etc.- réalisera la Maison de l'emploi (2005) dans un dialogue architectural avec le Parc Musée de la Mine situé à proximité. Puis José Oubrière achèvera la construction de l'église Saint-Pierre à Firminy (2006) qui complètera ainsi les réalisations voulues et partiellement réalisées par Le Corbusier - Maison de la Culture, Stade, Unité d'Habitation. Ensuite, Fumihiko Maki – Prix Pritzker en 1993, Four World Trade Center à New-York – établira le master

plan du quartier d'affaires de Châteaureux et en réalisera certains bâtiments en 2008. Norman Foster – Millenium Bridge et Town Hall à Londres, Viaduc de Millau, etc. – dessinera le Zénith en 2008. L'agence Linn, regroupant les architectes Fin Geipel et Guilia Andi se verra confier le projet de la Cité du Design qui sera inaugurée en 2009. Enfin, Manuelle Gautrant réalisera la Cité administrative Gruner, inaugurée en 2010. Ces projets iconiques peuvent être qualifiés d'événements dans la mesure où, d'une part ils rythment, scandent et illustrent l'engagement de la ville dans une dynamique urbaine (Adam et Laffont, 2018), suscitent l'intérêt de la presse spécialisée et locale, sont destinés aussi à être visités et photographiés.



Figure 3. Église Saint-Pierre Le Corbusier à Firminy
© Saint-Etienne Hors Cadre, 2019

Toutefois, au moment où le projet urbain prend forme autant dans les esprits que dans l'espace, Saint-Etienne accuse un manque en matière d'ingénierie urbaine, seule capable de conduire et de réaliser les transformations projetées et de traduire cette association créativité-culture-patrimoine. Pour pallier ce manque mais aussi pour réussir à fédérer les acteurs et attirer les investisseurs, l'EPA de Saint-Etienne est créé en 2007 et va avoir pour missions, non seulement d'insuffler l'« imaginaire au cœur de l'ordinaire » (Urbain, 1998, p.120) stéphanois mais aussi d'organiser « *des événements qui mêlent ambitions culturelles (la culture contemporaine ou le patrimoine culturel accessibles), politiques publiques urbaines (requalification des espaces urbains existants, renouvellement urbain) et objectifs dits sociaux (lien social, convivialité, mélange...)* » (Lallement, 2007, p. 30). Aujourd'hui, alors que l'EPASE vient d'être reconduite dans ses missions jusqu'en 2032, son ancien directeur général, Jack Arthaud rappelle que cet établissement a pour mission de « *recréer de la valeur urbaine en rénovant le tissu urbain, que cela soit sur le bâti ou sur l'espace public mais aussi en agissant sur les représentations liées à l'image de Saint-Etienne* ». Ainsi, comme la SAMOA sur l'Île de Nantes ou encore Bilbao Ria 2002, c'est à un aménageur qu'a été confié le rôle d'incarner autant que de mettre en pratique les liens entre marketing urbain, design – marqueur de créativité locale – et renouvellements d'images et du tissu urbain.

Cependant, produire une nouvelle image et régénérer durablement le tissu urbain ne se résume pas à appliquer ce qui fait recette ailleurs en mobilisant les pratiques, références, outils et actions les plus adaptées au contexte local. Il faut fonder un nouveau récit capable de mobiliser les acteurs, rendre la ville attractive, garantir les conditions pour qu'événementiel et créativité soient les nouveaux marqueurs du territoire stéphanois.

2.3. La ville créative design

Alors que Bilbao n'est plus cette cité minière riche et laide qu'Hemingway décrivait dans son livre mort dans l'après-midi, Saint-Etienne, espère à partir des années quatre-vingt-dix ne plus être cette « ville nouvelle au milieu des mines de houilles » (Béal et al., 2020, p.35). Pour les différentes équipes municipales qui se succéderont à partir de 1995, dans ce nouveau récit en construction, mobiliser les valeurs stéphanoises en tant que principes actifs du projet urbain semblait et semble toujours capital. Dans nombre de documents officiels et ce quelle que soit leur date de parution ainsi qu'à la faveur de discours, l'on retrouve un certain nombre de qualificatifs servant une politique de name dropping. Premièrement, l'hospitalité, la solidarité, la convivialité ainsi que la simplicité de la population locale sont mises en avant comme autant d'opportunités pour l'accueil de nouvelles populations : Saint-Etienne se présente ainsi comme une ville « attentionnée ». Deuxièmement, le dynamisme individuel d'une population industrielle sert de base pour asseoir l'image d'une ville « vaillante ». Troisièmement, la capacité d'innovation et la créativité ingénieuse de cette même population vante « Saint-Etienne la créative ». Ce « renouvellement du réel » mentionné par M. Thiollière lors d'un entretien, permet de produire un « nouveau roman de territoire » (Matthey, 2014), qui ambitionne de mettre toute la population, quel que soit son statut, quel que soit son rôle, en mouvement car, en tant que récit, il permet d'unifier toutes et tous en reliant passé, présent et futur.

A Saint-Etienne, comme ailleurs, le marketing territorial offre une place prépondérante à la narration. L'analyse des différents projets d'aménagement pensés, réalisés ou encore projetés à Saint-Etienne, rend compte d'un « storytelling management » (Salmon, 2007, p.56) où le récit de communication se généralise et devient l'outil privilégié, quelque part incontournable du fait des modalités de production de l'urbain (Adam et Laffont, 2018), pour orienter et contrôler autant la réception du discours porté par les élus et les aménageurs que la transformation matérielle et idéelle de la ville.

Lors d'un entretien, Stéphane Quadrio, ancien directeur de l'aménagement à l'EPASE insistait sur l'ambiguïté de la narration urbaine : « *tout projet urbain est un récit de ville. Ici se met en place un nouveau récit qu'il faut crédibiliser par des opérations concrètes...le reste c'est du symbolique* ». Ce récit d'une ville accueillante, à la population simple et innovante, impulsé sous les deux mandatures de M. Thiollière sera repris et amendé par ses successeurs.

Par la suite, de 2008 à 2014, M. Vincent tirera bénéfices du travail effectué lors des précédents mandats autour du design lorsqu'en 2009 la ville se verra inscrite au sein du réseau Ville Créative Design Unesco tout en développant la filière numérique et permettra à Saint-Etienne d'obtenir le label French Tech en 2013. Ensuite, à partir de 2014, G. Perdriau – actuel maire - reprendra les thèmes de l'innovation et de la créativité comme marqueurs de l'identité locale pour mieux insérer Saint-Étienne dans les différentes dynamiques culturelles, économiques et politiques régionales, nationales et mondiales. Au-delà d'une mise en récit par les discours et les images, « innovation, créativité, ingéniosité » ont dû trouver un vecteur pour permettre la cristallisation matérielle de ce récit et l'ancrage d'un projet urbain transformant la ville. C'est le design qui va devenir le « fil conducteur du projet de ville créative » (Sechi, 2016).

Pour renforcer la spécificité et l'excellence en matière de « design » de Saint-Etienne, et apporter plus de légitimité à l'événement « Biennal international du design » une Cité du design est, comme mentionné précédemment, créée sur la friche industrielle de l'ancienne Manufacture Nationale d'Armes. La Cité du Design a été pensée et conçue comme l'outil majeur de la visibilité et efficacité de cette nouvelle identité design du territoire stéphanois à destination des acteurs locaux (public, parapublic, privés). Au-delà de la structuration et du développement de liens privilégiés avec le milieu universitaire local, la Cité devait permettre de tisser des liens forts avec les milieux professionnels. De plus, en implantant cet équipement sur le site de l'ancienne manufacture d'armes,

les promoteurs de la Cité du Design ont également souhaité instaurer un dialogue entre la modernité architecturale du projet retenu et l'héritage patrimonial transmis par les bâtiments industriels de ce fleuron de l'architecture du Second Empire et rare témoin encore existant de l'épopée industrielle locale (Zanetti, 2010). À l'entrée du site, la Platine, le nouveau bâtiment phare illustre et matérialise ce changement d'image, cette transition vers un nouveau cycle de croissance économique fondé sur des valeurs créatives comme la technologie, l'innovation, l'esthétisme, l'art tout en inscrivant le design dans l'histoire et l'ADN stéphanois.



Figure 4. *La Platine et les bâtiments industriels de la Cité du Design de Saint-Etienne*
© Laffont Georges-Henry, 2022

Si la Biennale avait pour objectif de démarquer Saint-Étienne de ses concurrentes et donc d'être un marqueur de singularité pour les populations extérieures, la Cité, elle, est donc destinée à montrer aux populations locales que le design à Saint Étienne est quelque chose de « naturel », la rencontre entre l'art et l'industrie qui germait déjà aux temps glorieux de l'armurerie, du cycle, des rubans, etc. Enfin, le design est un liant entre aménagement urbain et développement du tourisme.

Au cours des biennales de 2015, 2017 et 2019, l'opération « Banc d'Essai » proposait autant aux visiteurs qu'à toute personne au long de l'année de tester des prototypes de mobilier urbain dont certains ont été pérennisés dans les nouveaux programmes urbains. Banc d'essai, qui a eu aussi lieu en 2002³, est l'un des projets les plus représentatifs de la volonté des institutions publiques de rendre le tissu urbain vivant, créatif et à l'écoute de ses usagers tout en favorisant l'innovation et l'expérimentation du design dans les espaces et équipements publics en s'appuyant sur l'expertise et l'effervescence de la Cité du Design.

³ <https://www.biennale-design.com/saint-etienne/2022/fr/a/banc-dessai-1761>



Figure 5. Banc Eclasia & Solar Stick, Place Fourneyron à Saint-Etienne
© Laffont Georges-Henry, 2022

En tentant d'adapter les bonnes pratiques de la ville créative au contexte singulier de la ville, les acteurs locaux misent sur la créativité pour faire du projet urbain de Saint-Etienne, une « success story » (Pinson et Vion, 2000) et une destination. Dans ce portrait dressé à grands traits, le recours à l'évènementiel devient alors, dans sa diversité de formes, un élément de la construction sensible du projet métropolitain (Guiu et Wambergue, 2012). Depuis le tournant de la ville créative, les liens entre évènementiel et dynamique territoriale, entre créativité et économie locale évoluent et s'intensifient à Saint-Etienne, dévoilant ainsi un certain nombre d'enjeux sociaux, culturels, éthiques et moraux liés aux transformations actuelles du faire et pratiquer l'urbain.

3. A propos de quelques enjeux à l'œuvre dans l'urbain contemporain

Créer les principes actifs du projet urbain et spatialiser les valeurs portées par le projet urbain stéphanois se réalise par le recours à l'évènementiel et à la créativité. Toutefois, cela n'est pas sans contradictions et tensions, en termes de pratiques, de fabrication et d'essence du fait urbain. D'un côté, il est possible de rendre compte, même partiellement, d'un « storytelling management » (Salmon, 2007, p.56) où évènementiel et créativité orientent la transformation matérielle de Saint-Etienne. D'un autre côté, les premières observations et les analyses de pratiques sociales et des mémoires, imaginaires habitants, coutumes et sociabilités associées semblent montrer que cette esthétisation du monde (Lipovetsky et Serroy, 2013) participe d'un appauvrissement de l'expérience ordinaire des espaces stéphanois.

3.1. Vers l'esthétisation ambiante de l'urbain et l'uniformité des milieux de vie ?

À Saint-Étienne, l'évènement majeur qui marque autant le rythme urbain que l'ambiance de la ville est la Biennale Design organisée depuis 1998. Alors que les premières éditions de l'évènement étaient cantonnées à un seul lieu, l'espace de la Cité du design, par la suite, la Biennale s'est progressivement installée en ville. Ainsi, design, créativité et évènement colonisent l'espace et le temps publics dans des formes variées tels que des défilés, festivals, performances, etc. Cette

colonisation, en apparence éphémère, du fait de la durée de ces (micro) événements et de la Biennale elle-même, participe néanmoins de la pérennisation dans les aménagements, les manières de penser, fabriquer et vivre l'urbain, de l'événementiel comme pratique urbaine et de la créativité comme moteur et opérateur d'une codification des espaces et pratiques.

Les entretiens conduits avec certains acteurs locaux ainsi que les observations réalisées lors des biennales de 2017, 2019 et 2022 rendent compte d'une certaine ambivalence de l'événementiel et de l'ambiance urbaine associée à la ville créative. Alors que toutes deux sont censées offrir à toutes et tous, quels que soient la condition sociale et le capital culturel, une expérience du design, on constate qu'elles ciblent prioritairement un public particulier – la classe moyenne et cette « invisible » classe créative – via des discours, images, installations et pratiques codifiées. Ainsi, si cette transformation de l'imagerie urbaine, de l'environnement urbain et de sa pratique vise à la fusion des membres de la société afin de freiner les frictions entre eux, en pratique, elle perpétue les distinctions de classes liées au capital culturel et social. En effet, l'esthétisation ambiante de l'environnement urbain met à l'épreuve les individus dans la maîtrise et l'expression de ce qu'ils et elles ressentent dans une situation donnée. La Biennale Design affecte les individus de différentes manières et les personnes interrogées semblent se diviser en deux catégories : celles qui se sentent légitimes à participer à cet événement et celles qui ne le sont pas. Pour les premières, la plupart d'entre elles ne paraissent pas faire l'expérience d'un événement extraordinaire et disent plus « se divertir », « suivre le mouvement » ou encore « être là par curiosité ». Toutefois, elles y participent de manière volontaire, assumée et estiment que « ça correspond à nos attentes » ou qu'« *enfin Saint-Etienne est une ville moderne où l'on a des activités comme à Lyon, Paris ou Nantes* ».

Pour les secondes, lors des observations tout d'abord, une palette de comportements se sont exprimés allant de la relative maîtrise à la non-maîtrise de la situation, de ce qu'elle provoque et de ce qu'elle amène à faire en termes de pratiques. Dans certaines de ces situations où s'éprouvent autant l'expérience d'un événement associé au design que celle d'un environnement urbain spécifique, les individus se livrent à un travail émotionnel (Hoshchild, 2003) se traduisant par autant de changements de manifestations physiques ou somatiques du sentiment ressenti et de la situation vécue (position du corps ou des bras ; changement de place, etc.) ou des modifications de l'expressivité afin de communiquer aux autres une impression de maîtrise (utilisation de superlatifs à connotation positive, cris de joie, etc.), etc. Quant aux personnes qui ont bien voulu partager avec nous leurs expériences, les discours oscillent entre la critique virulente, le sentiment de « *ne pas être à sa place* » ou « *pas assez intelligent pour comprendre le design* » et le rejet pur et simple de l'événement et d'une certaine injonction à y participer à travers des expressions simples mais lapidaires comme « *ce n'est pas pour nous ça* » ou « *ce n'est pas Saint-Etienne ça* ».

Sur la base de ces premiers éléments, à consolider tant dans la méthodologie pour décrire et analyser ces expériences de l'urbain que dans l'analyse elle-même, nous pouvons tout de même avancer quelques hypothèses. Tout d'abord, l'événementiel infantiliserait les individus par le déploiement de codifications matérielles, symboliques et discursives conduisant à une urbanité ludique, mercantile et conviviale. Ensuite, il lisserait les aspérités sensibles qui viendraient gâcher cette fête collective et pacifierait les relations sociales en créant un climat d'apaisement apparent entre les groupes sociaux. Enfin, ces mêmes esthétisation et événementialisation entretiendraient l'illusion de garantir à chacun une relation sans douleur, sans inquiétude ni surprise, sans attente et donc sans déception, à l'espace, au temps, aux autres et à soi-même.



Figure 6. *Le retail Park Steel à Saint-Etienne*
© Laffont Georges-Henry, 2022

Dans les nouvelles explorations qui conduites à la faveur de l'édition 2022 de la Biennale qui s'est terminée le 31 juillet dernier mais aussi sur des espaces du quotidien comme les Halles Mazerat ou le Steel, une analyse plus fine des comportements, de ce qui les motive pour l'individu, de la façon dont les déterminations externes affectent les comportements sera menée. Ainsi, en reconstruisant la chaîne explicative et causale, etc. du comportement en situation et de comprendre comment et par quels moyens les dispositifs spatiaux et le cadre de l'atmosphère de la ville contemporaine fonctionnent et voir de quelles manières performe la ville créative dans ses dimensions discursives, matérielles et expérientielles.

3.2. Le tournant du tourisme créatif

Ainsi, non sans heurts et conflits (Mortelette, 2014 ; Zanetti, 2010), patrimoine et culture vont se fondre dans le nouveau récit créatif du territoire stéphanois à travers le design. À l'ère de l'économie de la culture et du loisir, les mandatures qui vont se succéder à la tête de la ville de Saint-Étienne et à la présidence de la métropole à partir de 1995 vont traduire dans l'agenda politique local les trois « E » - évènements, équipements, expérience - qui, pour Pilette et Kadri (2005) structurent le développement d'un territoire. Elles vont le faire par une stratégie continue de rattrapage en termes de valorisation patrimoniales, notamment par l'obtention du label Ville d'Art et d'Histoire en 2000 et de monstration d'excellence créative par celle du label « ville créative UNESCO » en 2010.

Toutefois, pour maximiser la créativité et l'innovation urbaines, capables de rendre Saint-Etienne visible et son territoire désirable, il faut alors s'assurer de l'inscrire dans les tendances en termes de pratiques culturelles, patrimoniales et touristiques et de s'assurer que l'ensemble des acteurs locaux participent à ce développement d'une culture considérée comme innovante. De la sorte, progressivement, le récit et la vérification « in situ » de la transformation de Saint-Etienne – comme des autres villes - est accompagné d'une liste de lieux à visiter, de choses à faire et à voir qui atteste de l'appartenance de Saint-Etienne à cette catégorie de villes créatives : bâtiments aux architectures audacieuses, boutiques de mode et de design, bars et restaurants inventifs, galeries d'arts, lieux et évènements culturels remarquables, vie nocturne riche, etc.



Figure 7. Affiche de présentation des « flâneries design & créatives »
de l'office de tourisme de Saint-Etienne Métropole
© Saint-Etienne Hors Cadre, 2021

À travers la récente action de l'office de tourisme de Saint-Etienne Métropole, Saint-Etienne Hors Cadre, ces caractéristiques sont mobilisées dans un discours descriptif, normatif et prescriptif semblant répondre aux évolutions des pratiques de tourisme urbain. Ce qui est présenté autant sur le site internet que dans les documents à disposition du public à l'office, c'est autant le récit d'une ville qui puise dans son passé les ressources et valeurs pour son renouveau que la preuve de sa mue en ville créative inscrite dans la modernité. Par exemple, le sens de l'innovation et une certaine « confiance en soi et en son histoire », sont des valeurs renvoyant à la créativité (Schlesinger, 2012). Hors Cadre est autant la promesse d'expérience de la ville dans son identité « design » que dans celle de la pratique ordinaire de la ville. Sans pour autant imputer ces chiffres aux activités de l'office de tourisme métropolitain, sur l'année 2021, Saint-Etienne Métropole a enregistré 1947000 de nuitées, soit une progression de 17% par rapport à 2020, représentant près de 54 % des nuitées du département de la Loire. Quoi qu'il en soit, à travers ces actions, plus qu'une marque, Saint-Etienne veut devenir une destination répondant au besoin éprouvé par les individus de sentir, goûter et toucher la culture locale de la ville où ils décident de se rendre le temps d'un après-midi, d'un week-end ou plus ou encore où ils vivent. L'enjeu est d'offrir l'opportunité à chaque individu de développer son potentiel créatif en participant activement à des activités engageantes et interactives d'apprentissage propres à la ville et à sa culture (Richards et Raymond, 2000 ; Duygu et Duygu, 2010) permettant, par l'apprentissage et le développement personnel, un enrichissement (Richards et Raymond, 2000).

Dès lors, il ne s'agit plus d'être observateur ou observatrice d'un environnement culturel mais d'interagir avec lui et la population qui y vit en participant activement à la fabrication de sa propre expérience créative (Richards, 2011). Par ces pratiques, la barrière entre habitant et touriste s'estompe, renforçant cette tendance aux hybridités (Laffont, 2019), dans la mesure où cette expérience créative inclut l'utilisation des compétences, savoir-faire et arts de faire locaux (Richards et Wilson, 2006).

Cette évolution associant tourisme et créativité, faisant souffler un vent d'imaginaire au cœur de l'ordinaire – celui de l'habitant- et de l'extraordinaire – celui du touriste – peut être appréhendée de manière positive. En effet, pour le touriste, la pratique gagne en authenticité dans la mesure où l'expérience créative est à la fois unique car fondée sur la culture urbaine locale et conditionnée en grande partie par ce que ce même touriste va y apporter et en retirer. Pour l'habitant, cette même expérience est une sorte de ré enchantement du quotidien et de potentielles rencontres enrichissantes. Toutefois, cette évolution peut aussi être appréhendée de manière bien moins positive. On peut se demander si cette hybridation ne va pas, à terme, produire une sorte d'idéal-type d'urbain où seront garanties des tranches d'altérité autorisées à partir de l'exploitation des cultures et héritages locaux articulés aux désirs de réalisation de soi.

À partir de 1995, à la manière de ce qui a été réalisé à Bilbao, se met en place à Saint-Etienne un projet urbain qui ambitionne de transformer l'image, l'espace et la pratique d'une ville présentée sans qualités. D'un côté, la logique de l'événementiel intègre alors pleinement les politiques urbaines et devient l'A.D. N de l'urbain en installant une sorte de double injonction à « créer le buzz » (Peck, 2005) et à performer toutes les dimensions de la ville tenant « lieu de projet d'aménagement » (Matthey, 2014, p.83). D'un autre côté, la culture, le patrimoine et le tourisme s'articulent pour faire du design, l'identité créative d'une ville ayant fondé sa richesse sur l'acier, la rubanerie, l'armurerie et l'exploitation houillère.

Des manifestations comme La Biennale internationale de Design, des labels comme ceux de Ville créative UNESCO ou Pays d'Art et d'Histoire, des productions architecturales iconiques telles que la Platine à la Cité du Design ou l'Église le Corbusier rendent tangible la transformation de Saint-Etienne en ville créative. En parallèle se structure et se décline un récit urbain qui, en mobilisant des valeurs de solidarité, convivialité, simplicité, dynamisme et d'innovation, opère non seulement une mise en désirabilité du territoire mais participent de la configuration et de la définition d'une nouvelle expérience urbaine.

De manière exploratoire, cette contribution visait à rendre compte de l'efficienne et efficacité des transformations de Saint-Etienne dans les discours, images, pratiques et modalités de productions de l'espace urbain. L'objectif était et demeure de proposer des indicateurs pour évaluer toute ville créative. Si de premiers résultats ont été produits, la démarche reste à consolider par un travail au spectre plus large.

Chiffres d'attractivité, bilans opérationnels des programmes et opérations d'aménagements, fréquentations des musées et événements, etc., seront à la fois à analyser en propre et à mobiliser lors d'entretiens plus ciblés et approfondis. Ces approches qualitatives et quantitatives ainsi que leurs croisements devraient permettre de dégager les atouts, forces, faiblesses et opportunités d'une ville mettant en avant l'expérience créative comme devise et se voulant hors cadre. En complément, elles et ils consolideront les réflexions sur les effets de la créativité et de l'évènement sur les pratiques et la structuration socioéconomique de la société urbaine contemporaine.

Bibliographie

- Adam, M et Laffont, G-H (2018), Conjuguer singularité et conformité pour se positionner sur le marché international de l'urbain. Confluence et le renouvellement de l'image de Lyon. Confins. doi : 10.4000/confins.14614
- Ambrosino, Ch, (2018), Ville créative et renaissance urbaine. Retour sur la genèse intellectuelle d'un modèle urbain du XX siècle, Riurba 2018/Numéro 6
- Arab, N, (2007), A quoi sert l'expérience des autres : bonnes pratiques .et innovation dans l'aménagement urbain, Espaces et sociétés, n° 131(4), p. 33-47.

- Béal, V, Cauchi-Duval, N, Gay, G, Morel-Journal, Ch et Sala-Pala, V, (2020), *Sociologie de Saint-Etienne*. Paris, la Découverte. Collection repères.
- Bianchini, F, (1988), *City centers, city cultures: the role of the arts in the revitalisation of towns and cities*, Londres, Centre for Local Economic Strategies.
- Boutinet, J-P, (2012) *Anthropologie du projet*. Presses Universitaires de France.
- Brenner, N et Theodore, N (eds), (2002), *Spaces of Neoliberalism. Urban Restructuring in North America and Western Europe*, London: Blackwell Publishers
- Colardelle, M. (2009). Ville et Pays d'art et d'histoire, Dans *Les patrimoines de France : 126 villes et pays d'art et d'histoire, villes à secteurs sauvegardés et protégés*, Paris, France : Gallimard loisirs, p :14-15
- Devisme, L, Dumont, M, Roy, E, (2007), Le jeu des "bonnes pratiques" dans les opérations urbaines, entre normes et fabrique locale, *Espaces et sociétés*, vol. 4, n°131, p. 15-31
- Duygu, S et Duygu, U, (2010), Creative tourism and emotional labor: an investigatory model of possible interactions , *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 4, no. 3, p.186 – 197
- Gay, G, (2008), Réalités et faux semblants du patrimoine urbain, dans, Bonneville, M (dir) *Saint-Etienne mutations*, Saint-Etienne, Publications de l'université de Saint-Etienne, pp :56-63
- Gravari-Barbas, M, (2013), *Aménager la ville par la culture et le tourisme*, éditions du Moniteur.
- Gravari Barbas, M, (2010), Le touriste co-opérateur de la créativité urbain, *Urbanisme*, 373, p : 68-71
- Guiu, C et Wambergue, Z, (2013), Voyage à Nantes » : l'art pour déployer l'urbanité ? », *Géographie et cultures* [En ligne], 84 | 2012, mis en ligne le 04 novembre 2013, consulté le 21 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/gc/2537> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/gc.2537>
- Hochschild, Arlie R (2003), Travail émotionnel, règles de sentiments et structure sociale, *Travailler*, 9, (2003/1): 19-49. DOI: 10.3917/trav.009.0019
- Laffont, G-H. (2021), Vers un design affectif de l'urbain ? in Laffont G-H. et Martouzet, D : *Ces lieux qui nous affectent*. Paris, Hermann. pp :287-298.
- Laffont, GH, (2019), Une troisième (et dernière) révolution ? Ou le tourisme comme rapport unique à l'urbain et au monde », *Mondes du Tourisme* [En ligne], 15 | 2019, mis en ligne le 01 juin 2019, URL : <http://journals.openedition.org/tourisme/2021> ; DOI : 10.4000/ tourisme.2021
- Lallement, E, (2007), Évènements en ville, événements de ville : vers de nouvelles ritualités urbaine ?, *Communication et organisation*, n°32, 2007, pp : 26-38.
- Landry, C, (2000), *The Creative City: a toolkit for urban innovators*, Londres, Earthscan Publications.
- Lascoumes, P et Le Gales, P, (2007), *Sociologie de l'action publique : Domaines et approches*, Armand Colin.
- Liefooghe, Ch, (2010), Economie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche. *Innovations*. (1/31). p.181-197.
- Lipovetsky, G & Serroy, J. (2013) *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*. Paris; Gallimard.
- Matthey, L, (2014), *Building up stories. Sur l'action urbanistique à l'heure de la société du spectacle intégré*, Genève, A.Type éditions.
- Morel Journal, Ch et Sala Pala, V, (2018), « La ville en décroissance, laboratoire du droit à la ville ? », *Métropolitiques*. URL : <https://www.metropolitiques.eu/La-ville-en-decroissance-laboratoire-du-droit-a-la-ville.html>
- Mortelette, C. (2014). *La Cité du Design, un équipement culturel pour relancer le territoire stéphanois ?* Belgeo. DOI : 10.4000/belgeo.12606
- Navarro, N, (2016), Le label Ville et Pays d'art et d'histoire en France : une double opérativité. Symbolique du patrimoine. *Communiquer* 16, <http://journals.openedition.org/communiquer/1865>.
- Peck J., (2005). Struggling with the creative class. *International Journal of urban and regional Research* 29(4), 740-70.
- Pierson, P, (2001), *The New Politics of the Welfare State*, Oxford: OUP
- Pilette, D., Kadri, B. (2005). *Le tourisme métropolitain. Le cas de Montréal*. Québec : Presses de l'université de Québec.

- Pinson, G et Vion, A, (2000), L'internationalisation des villes comme objet d'expertise, Pôle Sud, n°13, p. 85-102
- Pinson, G. (2009), Gouverner la ville par projets. Urbanisme et gouvernance des villes européennes. Paris : Presses de Sciences-Po
- Richards, G, (2011), Creativity and Tourism : The State of the Art, Annals of Tourism Research, vol. 38, no. 4, p. 1225-1253
- Richards, G et Raymond, C, (2000), Creative Tourism, ATLAS News, no. 23, p.16– 20
- Richards, G, et Wilson, J, (2006), Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?, Tourism Management, vol 27, no. 6, p. 1209 – 1223
- Salmon, Ch, (2007), Storytelling. La machine à fabriquer les images et à formater les esprits, Paris : La Découverte.
- Sechi, G, (2016), Les dessous de la ville créative : Saint-Etienne, entre modèles théoriques et pratique. EchoGéo. DOI : 10.4000/echogeo.14624
- Schlesinger, Ph (2012), Expertise, politiques publiques et économie créative : le cas britannique, Actes de la recherche en sciences sociales, n°193, p : 82-97
- Soderstrom, O, (2012), Des modèles urbains “mobiles”, Urbanisme, n° 383, p. 43-45.
- Thiollière, M, (2007), Quelle ville voulons-nous ? Paris : Ed. Autrement.
- Tomas, F, (2003), Le patrimoine, un concept de la nouvelle culture urbaine, dans, Tomas, F, Variations autour du patrimoine, Saint-Etienne, Publications de l'université de Saint-Etienne, p : 19-36
- Urbain, J-D, (1998), Secrets de voyage. menteurs, imposteurs et autres voyageurs invisibles, coll. « Essais », Payot.
- Vant, A, (1981), Imagerie et urbanisation. Le cas de Saint-Étienne. Saint-Etienne, Publications de l'université de Saint-Etienne.
- Zanetti, T. (2010), La Manufacture d'Armes de Saint-Etienne : un conflit mémoriel. Norois, (217). p.41-55.
- Zappi, S. (2014), À Saint-Étienne, le centre-ville miné par la pauvreté, Le Monde, 9 décembre. pauvrete_4536458_3224.html.