

LES PÔLES METIERS D'ART, ENTRE CULTURE, TOURISME ET COOPERATION INTERENTREPRISES

Jean-Michel KOSIANSKI
Université Paul Valéry - Montpellier III,
Route de Mende, 34090 Montpellier,
Courriel : jean-michel.kosianski@univ-montp3.fr
Tél. : 06 18 05 47 41

Résumé :

Au cours des années 1990, sont apparues en France des démarches de développement local basées sur la polarisation d'entreprises de métiers d'art et la valorisation de leurs savoir-faire. Ces « pôles métiers d'art », qui lient économie, culture, tourisme, identité, attractivité et réseau, privilégient le tourisme culturel. Ils peuvent toutefois être envisagés également comme des coopérations d'entreprises d'un même territoire, spécialisées dans un même secteur d'activité. Dès lors, grâce notamment aux instruments d'analyse fournis par les districts industriels et les milieux innovateurs, on peut rapprocher les pôles métiers d'art de démarches de développement local considérant la culture comme une ressource pour le territoire.

Mots clés :

Métiers d'art, développement local, district industriel, milieu innovateur, économie de la culture.

LES PÔLES MÉTIERS D'ART, ENTRE CULTURE, TOURISME ET COOPERATION INTERENTREPRISES

Situé au croisement de l'économie et de la culture, le secteur des métiers d'art concerne un ensemble de métiers, détenteurs de savoir-faire le plus souvent séculaires et assimilables à un patrimoine vivant ou immatériel. Après avoir défini ce secteur et caractérisé sa problématique d'un point de vue économique, nous présenterons des démarches empiriques de développement local basées sur la concentration et la valorisation d'entreprises de métiers d'art : les « pôles métiers d'art ». Nous ferons le constat que ces démarches lient économie, culture, tourisme, identité, attractivité et réseau, mais privilégient le tourisme culturel. En prenant appui sur le cas du Pays d'Aubagne, nous proposerons alors une discussion destinée à proposer une représentation des pôles métiers d'art sous l'angle des réseaux de coopération interentreprises ; seront mobilisés principalement les concepts de districts culturels et de milieux innovateurs. Cette discussion nous conduira à conclure que les pôles métiers d'art relèvent de démarches de développement local où la culture peut être perçue comme un but et comme une ressource (une consommation intermédiaire) pour le développement économique d'un territoire.

Les métiers d'art, au point de rencontre de l'économie et de la culture

Le secteur des métiers d'art se situe au point de rencontre de l'artisanat et de l'art. Il doit donc *a priori* pouvoir être appréhendé sous une double dimension : économique et culturelle.

Un secteur sous-documenté du point de vue de l'analyse économique

Pourtant, « *du point de vue de l'analyse économique, le domaine des métiers d'art est notoirement sous-documenté* » (Ménard et Montambeault, 2003). La raison principale est que les métiers d'art constituent un secteur difficile à cerner, car il n'en existe pas de définition officielle, pas même de définition satisfaisante « (...) *eu égard à l'impossibilité de dégager des critères convenables pour suppléer ce qu'a d'ambigu, à jamais, la notion d'art* » (Dehaye, 1976). En décembre 2003 a cependant été publiée par arrêté la « liste des métiers de l'artisanat d'art ». Pour la première fois, une liste officielle comprenant 238 métiers permet de

circonscrire le secteur des métiers d'art. Les métiers d'art y sont classés en 19 domaines, définis selon :

- le matériau : bois, cuir, métal, pierre, terre, textile et verre ;
- ou l'activité : art floral, arts du spectacle, arts et traditions populaires, arts graphiques, arts mécaniques-jeux-jouets, bijouterie-joaillerie-orfèvrerie-horlogerie, décoration, facture instrumentale, luminaire, métiers liés à l'architecture, mode et tabletterie.

Les métiers d'art peuvent être appréhendés au moyen de deux critères essentiels :

- un savoir-faire manuel d'excellence, appliqué à un matériau et issu de pratiques traditionnelles dont la maîtrise exige en général un long temps d'apprentissage ;
- un objet utilitaire (éventuellement une prestation) à fort contenu esthétique, unique ou produit en petite série.

Comme le mentionne la « liste des métiers de l'artisanat d'art », trois grands ensembles de métiers peuvent être distingués :

- les métiers de la création, permettant la conception ou la réalisation d'objets d'art originaux ;
- les métiers de la tradition, visant la réalisation, à partir de modèles et techniques hérités du passé, d'objets d'art traditionnels ;
- les métiers de la restauration/conservation, qui s'exercent sur le patrimoine immobilier ou mobilier.

Outre l'insaisissable définition du métier d'art, toute tentative d'approche statistique ou économique butte sur une autre difficulté : la diversité des statuts juridiques et des formes d'organisation des entreprises. Les professionnels des métiers d'art peuvent en effet être artisans (inscrits au répertoire des métiers), artistes auteurs (affiliés à la Maison des Artistes) ou travailleurs indépendants (ressortissants de l'URSSAF). Ils peuvent également exercer leur métier en tant que salariés d'entreprises artisanales ou industrielles (dont les industries du luxe) ; certains sont même fonctionnaires (agents du Mobilier National notamment).

D'après le Ministère chargé de l'artisanat, il existe 38100 entreprises de métiers d'art en France, dont 99% de TPE. Elles emploient 102700 personnes et réalisent un chiffre d'affaires de 7,8 milliards d'euros.

Les entreprises de métiers d'art, entre atomisation et insuffisante organisation de l'offre

Les métiers d'art constituent un secteur fragile, à la problématique multiple. S'en tenant à la seule expression économique de celle-ci, un rapport de 2000 alerte la Commission Européenne dans les termes suivants : « (...) *on observe la disparition de détenteurs de savoir-faire et le maintien de certains métiers d'art rares apparaît comme menacé : image anachronique du travail manuel à l'orée du 21^{ème} siècle, débouchés économiques fragiles, coût de la main d'œuvre, délocalisation de certaines productions (...), insuffisance des dispositifs de recherche et d'innovation technologique, autant de facteurs qui viennent fragiliser la conservation des savoirs* »¹. Mais, plus encore, les caractéristiques même de l'offre constituent des causes de difficultés structurelles :

- atomisation, isolement des entreprises et difficulté à se regrouper ;
- insuffisante organisation de l'offre, en l'absence en France d'un réseau de diffusion, voire d'un marché bien identifié pour les métiers d'art.

Sur ce dernier point, Ménard et Montambeault (2003) évoquent des circuits de diffusion archaïques et une étude de 2001 conclut à une commercialisation difficile et à une distribution complexe et diffuse : « *Les métiers d'art en France n'ont toujours pas trouvé de place légitime entre les marchés et foires directes aux particuliers, qui enferment la production artisanale dans une double nécessité de producteurs et de diffuseurs, et la petite centaine de galeries et boutiques, qui n'acceptent que marginalement d'intégrer dans leur diffusion le travail des artisans d'art* »².

A ces difficultés, s'en ajoutent d'autres ; principalement :

¹ Société d'Encouragement aux Métiers d'Art et Union Européenne de l'Artisanat et des PME (2000), *Promouvoir la création et le développement d'emplois durables dans le secteur des métiers d'art*, op.cit.

² Conseil des Métiers d'Art du Québec et Cap'Export (2001), *Métiers d'art canadiens : analyse du marché français*, op .cit.

- une difficulté des professionnels/TPE à concilier toutes les dimensions de leur activité : conception, production, promotion, commercialisation et administration ;
- une insuffisante demande, qui a pour cause principale une méconnaissance des métiers d'art par le grand public.

Cette méconnaissance provoque également une faible attractivité des métiers d'art auprès des jeunes : des ateliers (en particulier dans les métiers de la restauration et de la tradition) recherchent des techniciens qualifiés ou des repreneurs, qu'ils ne trouvent pas. Des savoir-faire deviennent rares et d'autres sont menacés de disparition.

Souffrant d'atomisation et d'isolement, pâtissant d'une organisation de l'offre et d'une notoriété insuffisantes, les entreprises de métiers d'art paraissent *a priori* avoir intérêt à se regrouper au sein de « pôles métiers d'art ».

Les pôles métiers d'art, des démarches empiriques de développement local

Les « pôles métiers d'art » sont des démarches empiriques de développement local, apparues dans les années quatre-vingt-dix. Ces démarches concernent des territoires plus ou moins étendus (du village au Pays et du quartier à l'agglomération) où les savoir-faire et les productions des entreprises de métiers d'art sont valorisés, souvent à l'initiative d'une collectivité locale soucieuse d'accroître son attractivité touristique ou de revitaliser tout ou partie de son territoire. A partir de l'observation d'un assez grand nombre de cas, nous avons proposé dans un précédent article (Kosianski, 2004) la définition suivante des pôles métiers d'art : concentrations d'entreprises de métiers d'art, qui entretiennent des relations entre elles et avec le territoire.

Valorisation et concentration des entreprises de métiers d'art caractérisent un pôle métiers d'art. La concentration peut être ancienne, fruit de l'histoire du territoire : c'est la présence d'un savoir-faire traditionnel qui fonde alors la démarche de développement local. Mais, dans une majorité de cas, la volonté de valorisation est préalable à la présence même des savoir-faire : le pôle est alors le résultat d'une démarche volontariste d'acteurs publics locaux désireux de favoriser l'installation (la polarisation) d'entreprises de métiers d'art sur leur territoire.

Assez souvent, conformément à l'analyse développée par Greffe à propos des districts culturels (et évoquée ci-après), les pôles métiers d'art cherchent à bénéficier d'un label, voire d'une appellation contrôlée, qui pourra agir comme un droit de propriété intellectuelle, car « *la reconnaissance d'une qualité artistique contribue à afficher la valeur d'un territoire et à rejaillir sur l'ensemble de ses productions, artistiques ou non* ». Cependant, entre économie, tourisme et culture, les stratégies des pôles métiers d'art apparaissent souvent peu lisibles. L'empirisme et le tâtonnement prévalent dans la plupart des démarches.

Des démarches liant réseau, économie, culture, tourisme, identité et attractivité

Pour Adam *et alii* (2000), les enjeux de la valorisation des savoir-faire pour un territoire sont au nombre de cinq : maintien du tissu économique et social, attractivité vis-à-vis de l'extérieur, reconnaissance du potentiel auprès des habitants, renforcement de l'identité et mise en réseau d'acteurs. L'analyse proposée par Houssard (1997) de l'Archipel des Métiers d'Art, une des toutes premières initiatives de développement local basées sur les métiers d'art, conforte ce point de vue et met en exergue le lien ténu entre développement local, réseau, économie, culture, tourisme, identité et attractivité.

L'Archipel des Métiers d'Art a concerné à partir de 1991 une vingtaine de villes du Languedoc-Roussillon, où les volontés fortes et conjointes de l'Etat et de collectivités territoriales ont permis l'éclosion d'un réseau de pôles métiers d'art portés par des communes, puis par leurs intercommunalités. Cette « *initiative innovante de développement local en réseau* », en visant à « *favoriser l'installation et le regroupement de ces métiers par spécialisation et sur des sites d'intérêt touristique et/ou culturel* » a participé « *à la création d'un maillage pertinent, en terme d'attractivité territoriale* » (Houssard, 1997). Pour les pôles, l'objectif était « *de relancer une activité économique, de générer une fréquentation, de créer ou de réactiver une identité propre basée sur les métiers d'art pour permettre un développement économique basé sur des produits à forte valeur ajoutée et du tourisme haut de gamme* ».

A propos du lien entre métiers d'art et identité, il doit être mentionné pour le moins que les savoir-faire des métiers d'art figurent, sous l'intitulé « *savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel* », dans la convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel adoptée le 17 octobre 2003 par l'UNESCO, pour qui cette forme de patrimoine participe, au

même titre que le patrimoine matériel, au sentiment d'identité et de continuité des communautés et des groupes. De plus, d'après Adam *et alii* (2000), « *un savoir-faire n'a pas d'existence en dehors d'un milieu où il prend sens et vie. Il n'y a pas de savoir-faire sans un territoire à la fois vivier de compétences complémentaires, lieu d'échange économique et espace de rapports sociaux. Les savoir-faire jouent un rôle dans la constitution des identités sociales et professionnelles* ».

A propos du lien entre métiers d'art, attractivité, économie, Lévêque et Virassamy (2005) indiquent que, « *par les valeurs d'authenticité, de qualité ou de distinction qu'ils incarnent, les métiers d'art peuvent être considérés comme une ressource économique (...) en termes d'attractivité pour les territoires, comme marqueurs ou spécificité* ».

Des démarches privilégiant aujourd'hui le tourisme culturel

L'observation révèle que les pôles métiers d'art se matérialisent généralement par des réalisations portées par des collectivités locales. La plupart du temps, il s'agit de :

- l'aménagement d'espaces à vocation culturelle et touristique destinés à la valorisation des savoir-faire : musée, atelier-musée, maison des métiers d'art,...
- la réalisation d'actions et d'instruments collectifs de promotion et de communication : site Internet, plaquette, signalétique, salon,...
- la mise à disposition d'immobilier pour la production et/ou pour la commercialisation : ateliers-relais, boutique collective,...

Hormis pour quelques exceptions notables, les choix privilégient donc d'abord la valorisation culturelle et touristique des savoir-faire, ensuite l'immobilier d'entreprise et beaucoup plus rarement la mise en réseau et/ou l'accompagnement des ateliers.

La priorité donnée à la valorisation touristique des métiers d'art par les collectivités territoriales porteuses de démarches de développement local liées à ces métiers est confortée par les résultats d'une enquête conduite en 2003 par l'association *Ville et Métiers d'Art*³.

³ L'association *Ville et Métiers d'Art* a été créée en 1992 à l'initiative d'élus municipaux « *soucieux de promouvoir toute la richesse et la diversité des métiers d'art dans leur ville* ». Son objet est « (...) *d'établir une*

L'enquête visait principalement à identifier les actions pour lesquelles les communes labellisées ont une expérience concrète pouvant avoir valeur d'exemple ou de référence pour le réseau. Il en ressort que la valorisation touristique (par la mise en place d'une signalétique facilitant la découverte des ateliers, l'édition de dépliants, guides, sites Internet, etc.) vient au second rang de l'offre d'expériences, derrière l'information et la promotion des métiers d'art (organisation d'expositions temporaires, organisation de foires, salons,...) et devant le « développement des métiers d'art dans la ville » (avec l'immobilier d'entreprise tout particulièrement). De leur côté, Lévêque et Virassamy (2005) indiquent que la moitié des « expériences territoriales représentatives et exemplaires s'appuyant sur les métiers d'art (...) comportent un volet touristique ». Par ailleurs, il est frappant de constater que les villes détentrices du label *Ville et Métiers d'Art* sont très souvent également labellisées *Un des Plus Beaux Détours de France* et *Ville ou Pays d'Art et d'Histoire*.

La priorité donnée au tourisme culturel peut enfin être perçue à partir de la prise en compte de l'existence d'un équipement dédié à la valorisation des savoir-faire dans de nombreux pôles dont l'histoire est liée à un métier d'art : *Centre international d'art verrier* à Meisenthal, *Cité de l'or* à Saint-Amand-Montrond, *Espace faïence* à Malicorne, *Maison de la faïence* à Desvres, *Maison des couteliers* à Thiers, *Sylvea* (ex *Conservatoire des métiers du bois*) à Revel, etc. Dans les pôles de constitution récente, la présence d'un lieu vitrine, souvent appelé « Maison des métiers d'art », est caractéristique des expériences les plus avancées (Kosianski, 2004). Mais ces lieux ne sont pas de simples équipements de tourisme culturel : les savoir-faire des entreprises de métiers d'art du territoire y sont mis en avant pour créer de l'attractivité, affirmer une identité et mobiliser les acteurs locaux en faveur du projet de développement local. Conformément à l'analyse de Pecqueur (2000), ces équipements permettent en effet de « (...) rendre visibles et intelligibles pour la société locale les structures et les acteurs économiques locaux, et systématiser, pour les rendre plus efficaces, les relations entre partenaires économiques locaux ». On trouve donc ici la confirmation que le lien entre métiers d'art et tourisme culturel n'est pas exclusif : les préoccupations de développement local, de réseau, d'identité, d'attractivité, d'économie sont indissociables de la préoccupation de tourisme culturel.

concertation étroite et permanente entre les adhérents pour étudier toutes les questions afférentes à la formation et à la promotion des métiers d'art, d'envisager toute action en vue d'en favoriser le développement (...) ».

Des démarches qui privilégieront demain la coopération interentreprises ?

L'observation des expériences les plus anciennes de pôles métiers d'art (initiées au début des années quatre-vingt-dix) apprend que les démarches durables (et donc *a priori* pertinentes) sont celles qui ont réussi à rencontrer l'attente d'un ensemble d'entreprises désireuses de mutualiser leurs besoins et difficultés. Cette observation permet d'émettre l'hypothèse que l'avenir des pôles métiers d'art passera par un développement de l'accompagnement de proximité et de l'aide directe aux entreprises. Cet accompagnement économique pourrait s'organiser autour de plateformes locales de services, comme semble le révéler l'examen des réflexions en cours dans quelques-uns des pôles métiers d'art les mieux structurés. Ces plateformes de services seront destinées à apporter aux professionnels des métiers d'art un accompagnement individualisé, portant sur l'amont (veille économique, design, innovation, propriété intellectuelle, conseil en gestion, etc.) et l'aval de la production (promotion et commercialisation). L'idée centrale est que le développement des entreprises de métiers d'art doit passer par la constitution d'un environnement de services permettant aux professionnels de se concentrer sur leur savoir-faire.

Tout se passerait donc comme si les pôles métiers d'art, mis en œuvre à l'origine pour répondre à un besoin générique du territoire (identité, attractivité, revitalisation,...), aient aujourd'hui à intégrer des objectifs davantage économiques, visant explicitement et directement les entreprises. Mieux, comme va l'illustrer le cas exposé ci-après, les modèles de coopération territoriale public/privé, que sont les clusters, districts industriels, systèmes productifs locaux (SPL) et autres milieux innovateurs, sembleraient pouvoir servir de référence aux acteurs de ces pôles.

L'exemple d'Aubagne : d'un pôle métiers d'art à un SPL

Le Pays d'Aubagne est l'un des territoires ayant à ce jour le mieux formalisé le concept de plateforme ou d'environnement de services pour entreprises de métiers d'art. Son exemple est intéressant à étudier, à deux titres au moins :

- la démarche de développement local y a d'abord visé à réactiver une identité et une attractivité (grâce à un programme de développement culturel et économique de la filière céramique locale), comme préalable à la définition d'un système productif local,

- le système productif local du Pays d'Aubagne repose sur la prise de conscience que les entreprises de la filière céramique partagent des intérêts avec le territoire (et donc avec les acteurs publics).

Aubagne, 43000 habitants, est la ville centre d'une communauté d'agglomération de 75000 habitants. Elle est située à l'est des Bouches-du-Rhône, au cœur d'un bassin de population de plus d'un million d'habitants.

Aubagne fut dès l'antiquité un lieu d'extraction et de transformation de l'argile. Au XIX^{ème} siècle, cette activité atteint son apogée et 80 % de la population est liée à l'activité d'extraction et de transformation de la terre. Entre les deux guerres mondiales, cette mono-industrie soumise à la concurrence étrangère traverse une grave crise économique et sociale. Dès lors, seules quelques fabriques artisanales maintiendront à Aubagne une production de céramiques utilitaires, à côté des santonniers. L'industrie a disparu complètement.

Au milieu des années quatre-vingts, sensibilisés par de premières initiatives de développement local autour des métiers de la terre, les élus et les professionnels d'Aubagne ont souhaité réfléchir ensemble aux perspectives de développement offertes à leur territoire par l'argile. Tous avaient conscience qu'il y avait chez les habitants des souvenirs et une sensibilité qui pouvaient être réveillés pour favoriser une relance économique et culturelle de la commune.

Ce réveil s'est opéré avec l'organisation d'un marché de potiers : « *la première édition d'Argilla, en 1991, a permis de vérifier l'attachement de la population locale à ses propres racines et de mesurer l'attractivité (vis à vis des publics extérieurs) d'un événement exclusivement céramique (...)* » (Ruffier-Lanche, 2005). Initiateurs et acteurs de cette manifestation parlent aujourd'hui avec ferveur et émotion des larmes des habitants les plus âgés, de leur empressement à visiter les stands, à échanger avec les exposants et entre eux. Cette adhésion collective a favorisé la mise en œuvre d'un programme de développement local à visées économiques et culturelles et concernant :

- les professionnels (céramistes et santonniers), principalement par l'appui à la recherche de nouveaux marchés et à la définition de nouveaux modèles et gammes (à travers des collaborations avec des créateurs plasticiens notamment) ;

- les habitants, par la conduite d'actions de sensibilisation et d'initiation en milieux scolaire et associatif, ainsi que par la constitution progressive d'une collection archéologique.

Le programme est piloté par des agents de la collectivité locale (la commune, puis la communauté d'agglomération), installés dans un lieu symboliquement implanté dans un ancien atelier de fabrication de santons : les *Ateliers Thérèse Neveu*.

Argilla est aujourd'hui reconnu comme le principal événement européen lié à la céramique : il accueille 180 céramistes et est fréquenté par une clientèle de 70000 visiteurs, dont l'origine est à 75% régionale et à plus de 50% locale (moins de 20 km d'Aubagne). L'objectif des élus et des professionnels est atteint : les Marseillais (proches) et les touristes, attirés par l'image d'Aubagne et de ses produits d'argile, (re)viennent pour visiter les ateliers et acquérir céramiques et santons. L'identité a été réactivée et favorise un nouvel essor du Pays d'Aubagne : aujourd'hui, plus de 45 entreprises liées à la filière céramique (dont la moitié ont moins de 10 ans) emploient 200 salariés environ et l'argile constitue la deuxième demande d'informations touristiques (après Pagnol).

L'identité étant consolidée et réactivée, la collectivité locale et les entreprises concentrent dorénavant leurs moyens sur « *l'accompagnement des entreprises, la modernisation et la compétitivité de l'offre, le développement qualitatif des produits et des services. C'est le rôle du Système Productif Local que de permettre l'accès mutualisé à de l'expertise, du conseil, de la formation pour mieux qualifier les entreprises et les produits sur l'ensemble des marchés* » (Ruffier-Lanche, 2005). Le SPL Prometerre a été créé en janvier 2006, à l'initiative de la communauté d'agglomération du Pays d'Aubagne et de plusieurs entreprises de céramique désireuses de s'adapter à l'évolution du marché de la céramique domestique, caractérisé principalement par :

- une offre devenue mondiale, avec une forte concurrence des produits d'importation ;
- une concentration des circuits de distribution, avec une diminution de la part des boutiques indépendantes, débouchés traditionnels des PME du Pays d'Aubagne.

A force d'échanges plus ou moins formels rendus possibles par un sentiment d'appartenance à une même communauté partageant les mêmes intérêts, entreprises et élus ont progressivement développé un diagnostic commun :

- la force des entreprises de céramique du Pays d'Aubagne est essentiellement leur identité, qui donne du sens à leur production, ainsi que leur petite taille, qui leur permet d'être réactives aux nouvelles demandes, de produire des petites séries et d'occuper des marchés de niche ;
- leur faiblesse est l'insuffisance des moyens que chacune, isolément, peut investir pour son développement.

Le SPL Prometerre se veut donc être une réponse aux difficultés des PME de la filière argile du Pays d'Aubagne, qui expriment les enjeux de leur démarche collective dans les termes suivants⁴ : « *Dans un environnement économique mondialisé, l'exercice de nos métiers et le développement de nos entreprises nécessitent de plus en plus :*

- *de compétences internes à l'atelier : formation, information, diversité dans de nouveaux savoir-faire,...*
- *de complémentarité entre l'activité des entreprises et celle développée par les collectivités territoriales.*

La pérennité de nos activités passe par la modernisation et l'adaptation de plus en plus rapide de nos produits, des modes de production, de commercialisation, de communication, de management et gestion ».

Pour répondre à ces enjeux, les entreprises explicitent leur stratégie comme suit : « La démarche de notre association tend à considérer que la réussite individuelle passe par la réussite collective et vice-versa. Dans le respect de l'indépendance de nos entreprises individuelles, les principes essentiels qui guident notre travail s'articulent autour de la mutualisation de moyens, de compétence, des savoir-faire et des intérêts que la filière partage avec le territoire ». Plus précisément, Prometerre affiche cinq objectifs :

- consolider et développer chaque entreprise,
- dynamiser la création de qualité,

⁴ Prometerre (2006), *Charte d'engagements mutuels de Prometerre et de ses adhérents.*

- renforcer et valoriser l’ancrage territorial des entreprises par la mise en valeur de leurs caractéristiques culturelles, patrimoniales et touristiques,
- augmenter l’attractivité du territoire pour et par l’implantation de nouvelles entreprises,
- maintenir et développer le nombre d’emplois de la filière par la croissance économique et la qualification des personnels,

et trois ensembles d’actions :

- accompagner/pérenniser :
 - o réaliser des prestations d’accompagnement individuel ou collectif à partir d’un diagnostic partagé,
 - o mobiliser des consultants en fonction des problématiques identifiées et des projets collectifs,
 - o suivre et coordonner la mise en place des préconisations retenues,
- capitaliser/mutualiser :
 - o créer un centre de ressources documentaires,
 - o répartir les charges des investissements immatériels et matériels entre entreprises partageant une même problématique ou un même projet,
 - o maximiser les forces individuelles de chaque entreprise par une mutualisation des moyens,
 - o mettre en place un observatoire économique,
- associer :
 - o développer des synergies entre l’entrepreneuriat privé et la volonté des pouvoirs publics,
 - o réussir la création d’une image de marque créatrice de richesses économiques, culturelles et touristiques,
 - o créer de l’attractivité favorisant l’implantation de nouvelles entreprises.

Vers des réseaux de coopération interentreprises

Le développement local correspond à une nouvelle culture économique qui renonce à la séparation nette entre l'économique et le social. Si la concurrence reste la règle, elle s'aménage et admet des solidarités entre entreprises. En particulier sont prises en compte les solidarités territoriales, qui permettent de mieux s'adapter collectivement aux contraintes mondiales. Dans cette approche, « *l'échange sur le marché n'est que la phase ultime d'un jeu de relations qui prépare l'échange* » (Pecqueur, 2000).

Système productif local (SPL), district industriel, cluster, milieu innovateur,... : diverses dénominations et définitions co-existent pour la coopération interentreprises. Toutes mettent en avant l'importance des échanges hors marché. Les trois premières recouvrent en outre, avec plus ou moins d'intensité, les points de définition suivants :

- une concentration de PME sur un territoire géographiquement limité,
- spécialisées dans un secteur d'activité, autour d'un produit ou d'un métier,
- entretenant simultanément des relations de concurrence et de coopération,
- pouvant s'appuyer sur une structure d'animation associant les autres acteurs du territoire.

Le district industriel ajoute une dimension moins valorisée dans les définitions et les analyses des autres concepts de réseaux d'entreprises : la prise en compte (expresse et consciente) d'une logique sociale communautaire à côté de la logique économique.

Parmi les différents concepts mobilisables pour représenter et analyser les coopérations interentreprises, deux semblent particulièrement appropriés pour une tentative de conceptualisation des pôles métiers d'art : le district et le milieu.

L'hypothèse d'une proximité entre pôles métiers d'art et districts industriels

Au regard de ce qui précède, le « SPL » Prometerre paraît présenter tous les éléments constitutifs d'un « district industriel », y compris la prise en compte d'une logique sociale communautaire, exprimée explicitement à travers les objectifs d'« ancrage territorial » et d'« attractivité du territoire ». Plus généralement, un pôle métiers d'art se caractérise par « *la*

réunion, sur un espace à forte identité, d'une concentration d'entreprises ayant un savoir-faire spécifique (qui) peut augmenter progressivement, à travers un vécu collectif, des pratiques de coopérations informelles et une culture territoriale et professionnelle spécifique, qui facilitent la mise en place d'un mode de coopération formel et la formation d'une démarche en réseau » (Houssard, 1997). Les pôles métiers d'art relèveraient donc de réseaux de solidarité territoriale, à l'intérieur desquels l'existence de relations interentreprises denses, alliées à des relations avec le territoire, créent les conditions de la diffusion de l'innovation et de la capacité de la communauté à s'adapter et à réguler. L'hypothèse d'une proximité entre pôle métiers d'art et district industriel peut donc être formulée.

Cette hypothèse peut être confortée par deux arguments au moins :

- des analyses cherchant à expliquer le succès des districts industriels italiens mettent en avant des caractéristiques et des contextes proches de ceux des métiers d'art ;
- il est possible de mobiliser le concept de « district culturel » (récent et directement issu du district industriel) pour représenter les pôles métiers d'art.

La notion de district industriel est ancienne. On l'a doit à Alfred Marshall qui, en 1919 dans « *Trade and Industry* », décrit et analyse des concentrations industrielles en Europe. Il met en évidence les avantages dont bénéficient ces lieux où se concentrent diverses compétences autour d'une production dominante et déduira de cette analyse la théorie des effets externes. Aujourd'hui, les districts industriels semblent ressurgir « *comme témoignage de la permanence d'une osmose entre les savoir-faire, l'activité de production et les caractéristiques humaines d'un lieu* » (Pecqueur, 2000). On doit notamment ce regain d'intérêt aux travaux de Becattini sur la « troisième Italie », pour qui le district est « *une entité socio-territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné. Dans le district (...) il tend à y avoir une osmose parfaite entre communauté locale et entreprises* »⁵ (Becattini, 1992).

⁵ Becattini G. (1992), Le district marshallien : une notion socio-économique, in Benko G. et Lipietz . (coord.), *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économiques*, op. cit., 35-55.

Dans un district, la coopération est permise par « (...) *un système de valeurs reposant sur une culture industrielle obtenue à force d'expériences productives communes et de relations interpersonnelles* »⁶ (Fouchet, 2003). La coopération peut donc être appréhendée comme le produit d'un ensemble de processus de socialisation continus et complexes (Fouchet, 2003). Un mouvement d'aller-retour incessant entre l'individuel et le collectif favorise l'établissement d'une relation étroite entre coopération et sentiment d'appartenance à une même communauté.

Toutefois, la confiance qui fonde la coopération interentreprises doit être comprise comme « *un produit de l'enracinement des relations économiques quotidiennes dans le champ plus large des institutions sociales et politiques, des normes et des règles tacites* »⁷ (Benko, Dunford et Lipietz, 1999). En effet, l'analyse du modèle des districts italiens révèle le rôle ancien, et de plus en plus important, d'instances intermédiaires chargées de la régulation sociale du système local et d'apporter des réponses techniques aux besoins des entreprises. Ces interfaces peuvent être des associations, des coopératives, des organisations professionnelles,... Selon la DATAR (2004), « *les institutions intermédiaires professionnelles ont joué un rôle de catalyseur en apportant une assistance aux entreprises, sur les plus élémentaires des services (...) à d'autres plus élaborés en relation avec les équipements, les process ou les technologies. (...) Mixant compétences et moyens privés et publics, ils sont une réponse de la puissance publique locale et régionale au défi du maintien de la compétitivité* ».

Les principales caractéristiques des districts industriels italiens citées par Balestri (1999) permettent d'asseoir l'hypothèse d'une proximité avec les pôles métiers d'art :

- la majorité des entreprises sont de petite taille (moins de 10 salariés) ;
- la production se concentre sur un secteur prédominant qui constitue l'identité du territoire ;
- il existe une interrelation entre l'activité économique et la vie culturelle et sociale des habitants du territoire.

⁶ Fouchet R (2003), Les représentations du territoire dans les écrits portant sur les SPL, in Institut Supérieur des Métiers, *Petites entreprises et artisanat acteurs des systèmes productifs locaux*, op. cit., 57-93.

⁷ Benko G, Dunford M. et Lipietz A. (1999), Les districts industriels revisités, in Pecqueur B. (coord.), *Dynamiques territoriales et mutations économiques*, op.cit., 119-134.

De plus, Balestri (1999, 2003) affirme que les districts italiens ont conquis le leadership international pour la production de biens dont le dénominateur commun est de présenter un contenu symbolique (le style de vie italien) et un design élevés. Il cite notamment la fabrication de chaussures, l'habillement, les bijoux, le mobilier et la décoration, ainsi que la céramique, c'est-à-dire des activités relevant à des titres divers des métiers d'art. Selon lui, l'identité italienne, plus encore que les avantages compétitifs liés aux districts industriels, expliquerait les performances de l'économie transalpine. Il argumente : « *En réfléchissant sur la brillante performance du Made in Italy dans les secteurs liés à la consommation pour la personne (...), de nombreux commentateurs ont plusieurs fois souligné l'influx positif des traditions historiques et en particulier « l'effet Renaissance » qui persisterait encore dans la culture et en particulier dans le sens esthétique et dans les capacités artisanales des Italiens. (...) En somme, (...) les consommateurs du monde entier achètent une représentation du style de vie italien dont les districts industriels sont les interprètes les plus authentiques* » (Balestri, 2003).

L'identité relierait donc les pôles métiers d'art aux districts industriels. Au-delà, le concept récent de district culturel, dû notamment à Santagata et Greffe, peut aider pour une représentation conceptuelle des pôles métiers d'art et renforcer l'idée d'une proximité entre pôle métiers d'art et district.

Le concept de district culturel est directement issu de celui de district industriel. Il est présenté par Greffe (2004) comme un mode d'organisation spatial permettant d'assumer les contraintes d'une économie globale où de nouveaux produits mettent fin aux produits existants. Or toujours selon Greffe (2004), les métiers d'art ne font pas exception : « *même des biens relevant de l'artisanat d'art font l'objet de réajustements perpétuels liés à l'amélioration du savoir-faire ainsi qu'à la variabilité des goûts* ». D'ailleurs, dans la typologie qu'il esquisse, trois des quatre catégories de districts culturels semblent concerner directement les métiers d'art⁸ :

- le district « *caractérisé par une reconnaissance légale ou quasi légale, laquelle entraîne une dynamique de croissance* » : cristallerie de Lorraine ou porcelaine de Limoges par exemple ;

⁸ Le seul type de district ne concernant pas les métiers d'art est le district audiovisuel (dont le prototype est Hollywood).

- le district « *organisé de manière plus artificielle, généralement par des collectivités publiques sur des territoires qui connaissent des difficultés dues à la disparition des activités traditionnelles, et qui disposent souvent d'un certain passé* » ; les exemples cités par Greffe sont le pôle de l'image d'Angoulême et le district de la mode à Marseille ;
- le district patrimonial : une ressource « héritée » (un monument, des collections, un festival, etc.) crée « une ambiance favorable » à l'agglomération d'activités culturelles variées.

Le premier ensemble renvoie aux pôles métiers d'art issus de l'histoire économique d'un territoire, où la concentration d'entreprises est ancienne et où les savoir-faire sont devenus indissociables de l'identité, de la culture et de la vie économique. Le troisième ensemble évoque les démarches de développement local visant à favoriser la polarisation de professionnels des métiers d'art dans des lieux à fort potentiel de tourisme culturel. L'ensemble intermédiaire couvre les deux types de pôles métiers d'art : il correspond à des territoires dont l'identité présente un lien historique (plus ou moins ancien) avec un savoir-faire, et où le (ou les) métier(s) privilégié(s) par l'action de développement local peut (peuvent) avoir un rapport indirect avec le savoir-faire éteint.

L'hypothèse d'une proximité entre pôles métiers d'art et milieux innovateurs

Le milieu innovateur est, depuis une vingtaine d'années, au cœur des recherches du GREMI (Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs), dont les travaux, caractérisés par une interaction étroite entre travail de terrain et théorisation, ont permis « *la construction d'un cadre conceptuel visant à comprendre le rôle des dynamiques locales dans l'évolution des économies et de la société* » (Colletis-Wahl *et alii*, 2006). Dans ces travaux, l'innovation est envisagée dans une conception territoriale et collective ; elle ne serait pas le fruit d'entrepreneurs isolés (d'essence schumpeterienne), mais d'un milieu entrepreneur. « *On a là, une affirmation du caractère endogène de l'innovation, résultat d'une construction sociale* » (Pecqueur, 2004).

Le milieu diffère de la filière localisée (impliquée par les notions de districts, SPL et clusters), en ce sens qu'il n'est pas nécessairement spécialisé et qu'il fait référence à la fois au milieu « contexte » et au milieu « acteur » : « *Le milieu est, en effet, appréhendé comme un*

environnement « milieu ambiant », un contexte qui conserve les traces du passé des sociétés, de leurs modes de vie, de leurs systèmes de valeurs et de leur culture en général, et qui à ce titre est porteur de dynamiques entrepreneuriales ; mais c'est aussi un sujet agissant, un sujet acteur de son développement » (Matteaccioli et Tabariés, 2006)⁹.

Pour Maillat (1998), « *le milieu innovateur peut se définir comme un ensemble territorialisé régi par des normes, des règles, des valeurs qui sont autant de modalités guidant les comportements des acteurs et les relations qu'ils entretiennent. Il a deux rôles, celui de développer de manière autonome des ressources spécifiques et différenciées, et celui de percevoir, d'identifier et de formuler les projets permettant l'adaptation et le renouvellement du système de production localisé* »¹⁰. En conséquence, c'est la valorisation des ressources du territoire à partir de projets *ad hoc*, qui permet le développement ; Pecqueur (2004) précisant que la valorisation de l'activité économique par les dynamiques territoriales nécessite des inputs : les « ressources territoriales ». Pecqueur distingue à ce propos les ressources des actifs : l'actif est un facteur valorisé par le marché, alors que la ressource constitue un potentiel latent, voire virtuel. Elle peut se transformer en actif sous l'effet d'un processus amont d'élaboration de ressources non marchandes constitutives de la nature des territoires.

Dans cette vision, le pôle métiers d'art peut être perçu comme un projet permettant de transformer la ressource métiers d'art en un actif pour le développement du territoire.

Signalons que le fait que les métiers d'art puissent être perçus comme une ressource non purement économique, du fait de la dimension patrimoniale de leurs savoir-faire notamment, ne constitue en aucun cas une limite à la tentative d'appliquer aux métiers d'art la grille d'analyse élaborée par le GREMI. Il peut être pris en compte en effet qu'à partir de la fin des années quatre-vingt-dix, poursuivant et élargissant son analyse des ressources pouvant être valorisées par un « milieu », le GREMI s'est intéressé spécifiquement aux ressources naturelles et culturelles, qualifiées aussi de « ressources patrimoniales ». « *L'hypothèse est faite que le développement peut se faire à partir de n'importe quel type de ressource, ce qui*

⁹ Matteaccioli A. et Tabariés M. (2006), Historique du GREMI - Les apports du GREMI à l'analyse territoriale de l'innovation, in Camagni R. et Maillat D. (coord.), *Milieus innovateurs. Théorie et politiques*, op.cit., 3-19.

¹⁰ Maillat D. (1998), From the industrial district to the innovative milieu : contribution to an analysis of territorialised productive organisations, *Recherches Economiques de Louvain*, 64, 111-129, cité par Kebir L. et Maillat D. (2004), *Ressources naturelles et culturelles : quels modes d'organisation ?*, op.cit.

signifie que tout le territoire peut se développer en valorisant des ressources latentes ou délaissées, naturelles ou culturelles » (Matteaccioli et Tabariès, 2006)¹¹. L'innovation consiste alors, pour les territoires dotés de ressources patrimoniales latentes ou révélées, à transformer leur organisation socioéconomique pour se développer à partir de ce type de ressources. L'innovation y est plutôt de type conceptuel et organisationnel et il est fait le constat que la coopération entre acteurs y est facilitée par le caractère de bien public qu'à généralement la ressource patrimoniale.

Faisant la synthèse des résultats du programme GREMI 6 consacré aux ressources patrimoniales, Matteaccioli et Tabariès (2006) indiquent que l'étude de ce type de ressources permet de distinguer trois façons pour un système local de production d'utiliser une ressource :

- dans une approche « géographique », la ressource n'est qu'une externalité, un facteur de localisation pour les entreprises ; dans cette approche, il n'y a généralement pas émergence d'un phénomène de milieu ;
- dans une approche « cognitive », la ressource est un atout endogène développé par le milieu, qui cherche à créer une culture de la ressource, pour permettre son exploitation durable, par sa préservation et sa requalification au fur et à mesure de l'apparition de nouveaux besoins ;
- dans une approche « éthique », la ressource acquiert une valeur politique : défendue par la population, des associations ou des collectivités locales, elle sert à procurer des valeurs d'usage pour les habitants, à fournir des externalités pour de nouvelles activités économiques, ou en tant qu'opportunité initiale, elle peut servir à construire des compétences et savoir-faire, voire un milieu.

Il nous semble que les démarches à l'œuvre dans les pôles métiers d'art puissent s'inscrire à l'intérieur de cette typologie, selon la volonté plus ou moins affirmée de la collectivité initiatrice du projet d'inscrire son projet dans un processus de développement local. Au-delà, de la même façon que la prise en compte du district culturel nous a conforté dans l'hypothèse d'une proximité entre pôle métiers d'art et district industriel, l'énoncé par Kebir et Maillat (2004) du « milieu coordonnateur » rapproche les pôles métiers d'art des

¹¹ Matteaccioli A. et Tabariès M. (2006), Historique du GREMI - Les apports du GREMI à l'analyse territoriale de l'innovation, in Camagni R. et Maillat D. (coord.), *Milieus innovateurs. Théorie et politiques*, op.cit., 3-19.

milieux innovateurs. En effet, à partir d'exemples empiriques, Kebir et Maillat observent que l'activation des ressources culturelles et naturelles ne s'effectue pas nécessairement dans le cadre d'un milieu innovateur « au sens classique » : la dimension patrimoniale peut amener la ressource à être révélée et mise en œuvre par un « *milieu élargi dans lequel se confrontent des intérêts marchands et non marchands* ». Ils parlent de « milieu de type nouveau » qu'ils qualifient de « *milieu coordonnateur pour sa capacité à articuler les différents enjeux sous-jacents à l'identification et la mise en œuvre d'objets-ressources patrimoniaux* ». Ils évoquent aussi les notions de « milieu innovateur de deuxième génération », révélée par Peyrache-Gadeau et de « milieu hétérodoxe », due à Camagni. Par ailleurs, Kebir et Maillat (2004) indiquent que :

- le milieu coordonnateur, à l'instar du milieu innovateur classique, présente un ancrage territorial et un collectif d'acteurs formant un réseau et une problématique d'innovation,
- le milieu coordonnateur se différencie par contre du milieu innovateur, de par un processus de coordination faisant appel à une organisation plus proche de celle de l'action publique que de la gouvernance territoriale (où les acteurs publics - collectivités publiques et société civile-, qui n'ont pas en vue l'intérêt marchand, exercent un rôle prééminent).

Conclusion : la culture, ressource pour le développement économique

L'application aux pôles métiers d'art des instruments d'analyse méso économiques que sont les districts (culturels ou industriels) et les milieux (innovateurs ou coordonnateurs) permet de percevoir les métiers d'art comme un produit (un output) et comme une ressource (un input) pour un territoire et, plus généralement, pour l'économie. Par cette lecture, on s'inscrit pleinement à l'intérieur de récents développements de l'économie de la culture, Greffe (2006) évoquant notamment à propos des industries créatives que « *les deux caractéristiques fondamentales de l'économie contemporaine (économie de la connaissance et économie globale) mettent au centre des enjeux de développement contemporain ce rôle de la culture comme source de consommation intermédiaire dans la production de biens non culturels* ». Pour Pecqueur (2004), « *l'économie se pense de plus en plus comme culturelle* » et en économie territoriale, Landel et Pecqueur (2004) se demandent si l'on ne serait pas en présence d'« *un tournant culturel de l'économie où la cognition et la culture trouvent le statut de facteur de production dans un contexte territorial* ». A partir d'exemples empiriques, ils mettent en évidence trois apports possibles de la culture au développement territorial.

Conformément à la définition du géographe Paul Claval, ils indiquent en premier lieu que la culture est un élément constitutif des territoires. Ils parlent d'omniprésence de la dimension culturelle dans la (re)composition des territoires. « *Au travers des processus de délimitation et de nomination, elle intervient essentiellement dans les processus d'appropriation du territoire* ». Ils mentionnent ensuite la culture comme produit spécifique du territoire. Citant les exemples du spectacle du Puy du Fou et du Festival des Vieilles Charrues, ils définissent les produits culturels spécifiques aux territoires comme des produits « *issus d'un ensemble de savoir-faire, de culture et d'histoires, développés en relation à un territoire, qui va s'organiser pour le conserver au niveau local* » et mettent en exergue trois caractéristiques :

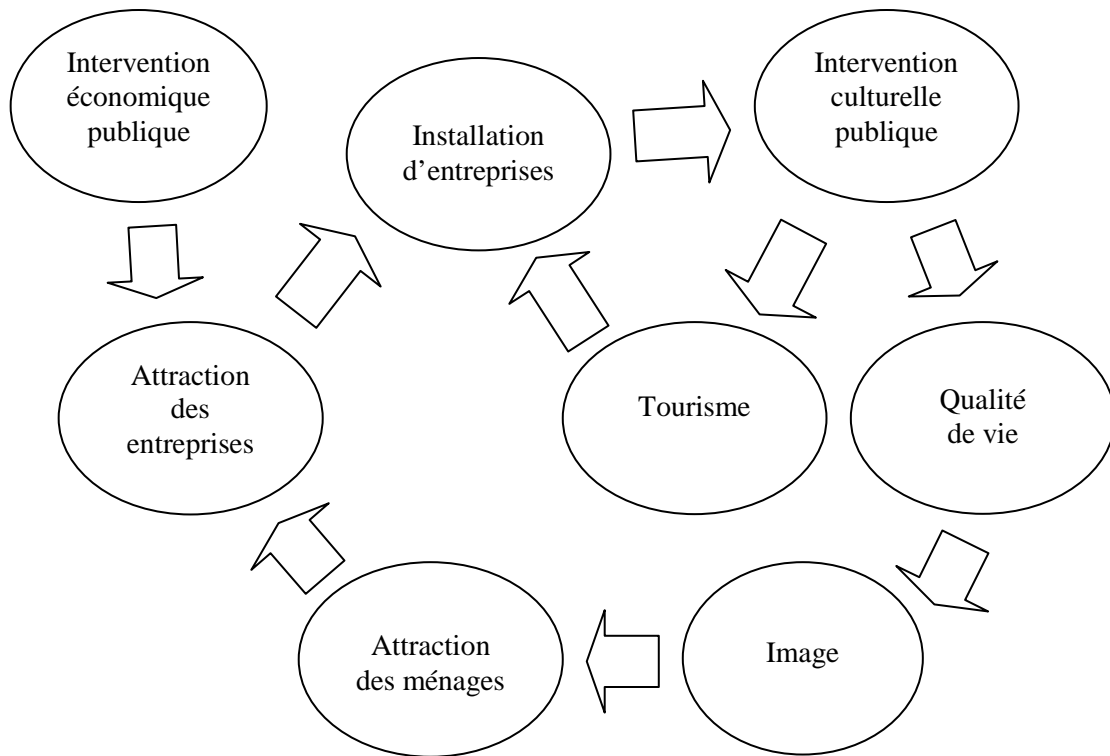
- le produit est créé à partir de références culturelles spécifiques au territoire,
- les moyens mobilisés comprennent une forte mobilisation des acteurs locaux,
- une organisation territoriale spécifique est mise en place pour conserver cet ancrage territorial.

Landel et Pecqueur envisagent enfin la culture comme une ressource. Pour faciliter l'analyse, ils s'intéressent au seul patrimoine matériel et observent que celui-ci est sélectionné pour répondre à des usages utiles à la construction et au développement des territoires. Le patrimoine serait donc « *la matérialisation d'un « flux culturel permanent », approprié par les acteurs locaux, au service de leurs constructions territoriales (...). Ainsi, la façon dont le patrimoine est institué est aussi importante que son contenu, pour expliquer l'usage qui va en être fait* ». Le patrimoine évolue donc du statut d'« objet donné par héritage » à celui de « bien commun ». Il constitue un stock d'opportunités pour le territoire.

Par conséquent, la culture peut aujourd'hui être perçue dans l'analyse économique « *comme élément de structuration du territoire, mais aussi comme actif susceptible de favoriser la création d'autres activités* » (Landel et Pecqueur, 2004). La ressource culturelle devient actif économique.

La figure ci-après résume les deux voies à partir desquelles la ressource culturelle, à partir d'une intervention publique initiale (valorisation d'un patrimoine bâti, création d'un

équipement – musée, par exemple - ou d'un événement - festival, grande exposition, etc.-), peut devenir actif et conséquemment favoriser le développement économique territorial.



Influence de la culture sur le développement local

Le tourisme correspond à un circuit court : la valorisation touristique d'une ressource culturelle crée un flux de visiteurs, qui encouragera plus ou moins spontanément la création d'activités (généralement des micro activités) directement ou indirectement liées au tourisme : création et/ou vente d'objets d'artisanat d'art et de produits agroalimentaires, services aux personnes, etc. La ressource culturelle peut aussi, à l'issue d'un processus de développement local (de plusieurs années), permettre un développement économique, par l'installation d'entreprises attirées par l'image d'un territoire dont l'attractivité auprès des ménages s'est accrue, du fait d'une qualité de vie améliorée par une intervention culturelle forte des acteurs publics locaux. Cependant, pour espérer un véritable développement économique, les acteurs locaux devront mener, en plus d'une action culturelle pluriannuelle, une action à visées directement économiques, pouvant relever notamment (mais pas exclusivement) d'une stratégie de filière localisée comme décrit précédemment

Le second processus trouve son fondement dans les études d'opinion, qui révèlent que la culture est un facteur d'attraction pour les ménages dans leur choix de lieu de résidence, *via* la qualité de vie (dont la culture est un des principaux éléments constitutifs) et l'image. Et parce qu'elle constitue un facteur d'attraction des ménages, la culture est aussi un facteur d'attraction des entreprises. Selon Guigou (2001) effectivement : « *Comment imaginer qu'après trente ans de mutation (1970-2000), les facteurs de localisation seraient les mêmes ? Jusqu'aux Trente glorieuses et encore pendant cette période, la localisation des actifs génériques était déterminante (matières premières, main d'œuvre abondante et bon marché, grandes infrastructures urbaines, etc.). Désormais, ce sont les facteurs immatériels qui priment sur les facteurs matériels. La culture et la présence d'universités constituent des facteurs très attractifs. Avant les cerveaux suivaient les usines, maintenant les usines suivent les cerveaux. Enfin, les organisations institutionnelles favorisant les relations entre tous les partenaires, constituent des éléments-clés du développement* ».

On trouve dans l'analyse de Guigou la confirmation que l'économie territoriale et l'analyse méso économique peuvent aider à comprendre comment les métiers d'art, et la culture d'une façon plus générale, peuvent participer au développement économique d'un territoire. Si les avancées semblent faibles aujourd'hui, c'est qu'il a fallu attendre :

- d'abord que les économistes, à la suite d'Aydalot en 1980, abandonnent l'hypothèse néoclassique d'homogénéité spatiale, pour introduire le territoire dans l'analyse,
- ensuite que les économistes perçoivent l'existence de facteurs non proprement économiques du développement.

Ce sont les efforts de théorisation des pratiques du développement local qui ont permis, toujours à partir des années quatre-vingt, de comprendre l'importance de la culture dans le développement territorial. Si le développement local peut être défini comme un processus mis en œuvre par les acteurs d'une communauté, en vue d'un développement basé sur la valorisation des ressources de leur territoire (Vachon, 1993), « *on peut (...) montrer que la dimension culturelle intervient à chaque phase des projets : pour mobiliser les volontés, en premier lieu, pour faire émerger un projet, ensuite, pour donner au projet une dimension critique, etc.* » (Kahn, 2001). Economie et culture apparaissent imbriqués : la culture peut constituer une ressource et un objectif pour le développement local, dont les finalités ne sont

jamais qu'économiques et concernent d'autres dimensions : culturelles, on l'a dit, mais également sociales, éducatives, environnementales, cognitives,...

La place de la culture dans les territoires, question centrale en géographie, le devient aussi en économie territoriale (Landel et Pecqueur, 2004, Benko¹², 2007). Pour Santagata (2008), la culture et le territoire constituent un binôme indivisible et originaire (originel) : un territoire est un lieu social et un lieu pour la production d'activités économiques, lesquelles sont influencées par la tradition, c'est-à-dire la culture, du territoire. Selon lui, le lien entre culture et territoire est particulièrement prégnant pour les industries créatives, que sont l'artisanat d'art, le design, la mode, l'architecture ou encore la gastronomie. Le territoire crée des externalités positives pour ces activités. En particulier, Santagata évoque un « *effet de la production de culture sur le développement d'une chaîne de la valeur ancrée au territoire et nourrie de sa tradition* ». Et pour Greffe (2006), « *s'il est aujourd'hui reconnu que la culture influence le développement en créant un milieu attractif pour les habitants comme pour les visiteurs et les touristes, il convient de souligner qu'elle sert aussi de levier à la création de produits associant des dimensions esthétique et utilitaire* ».

Au final, tout ce qui précède nous conduit à avancer que les métiers d'art peuvent occuper une place centrale dans la recherche de la dimension culturelle du développement économique.

¹² Benko G. (2007), Territoires et sciences sociales, in Itçaina X., Palard J. et Segas S. (coord.), *Régimes territoriaux et développement économique*, op.cit.

Bibliographie

Adam S., Chevallier D., Gaucher S. et Grandclaude C. (coord.) (2000), *Savoir-faire artisanaux et industriels*, Paris, Les Editions du CNFPT, collection Territoires ruraux.

Balestri A. (1999), Les districts italiens et la politique industrielle, intervention devant le groupe de travail PME, Assemblée Nationale, Paris, 16 juin.

Balestri A. (2003), Le front des districts industriels italiens dans le système mode : les changements et les défis pour les prochaines années, papier de recherche, department of economics « S. Cognetti de Martiis », EBLA, Université de Turin.

Becattini G. (1992), Le district industriel : milieu créatif, *Espaces et Sociétés*, 66, 146-163.

Benko G. et Lipietz A. (coord.) (1992), *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économiques*, Paris, PUF, collection Economie en Liberté.

Camagni R. et Maillat D. (coord.) (2006), *Milieus innovateurs. Théorie et politiques*, Paris, Anthropos, Economica.

Colletis-Wahl K., Corpataux J., Crevoisier O, Kebir L., Pecqueur B. et Peyrache-Gadeau V (2006), L'économie territoriale. Une approche générale pour mieux comprendre et faire face à la globalisation, papier de recherche, 01/2006-F, Neuchâtel, GRET.

Conseil des Métiers d'Art du Québec et Cap'Export (2001), *Métiers d'art canadiens : analyse du marché français*, étude réalisée pour la Direction de la promotion des arts et des industries culturelles du Ministère des affaires étrangères et du commerce international, Montréal, Canada.

DATAR (2004), *La France, puissance industrielle. Une nouvelle politique industrielle par les territoires*, Paris, La Documentation française.

Dehaye P. (1976), *Les difficultés des métiers d'art*, rapport au Président de la République, Paris, La Documentation Française.

Grefte X. (2002a), *Arts et artistes au miroir de l'économie*, Paris, Economica.

Grefte X. (2002b), *Le développement local*, La Tour d'Aigues, Editions de l'Aube.

Grefte X. (2004), Le rôle de la culture dans le développement local, in Saez G. (coord.), *Institutions et vie culturelles*, Paris, La Documentation française, collection Les notices, 60-64.

Grefte X. (2006), *La mobilisation des actifs culturels de la France : de l'attractivité culturelle du territoire... à la nation culturellement créative*, rapport de synthèse sur l'attractivité culturelle remis au Ministère de la culture et de la communication, document de travail du DEPS, 1270, mai.

Guigou J.-L. (2001), Une nouvelle pensée territoriale, *Economie Rurale*, 261, 54-60.

Hainaut C. (2006), Quel avenir pour les « districts industriels » ?, *Problèmes économiques*, 2893, 11-17.

Houssard Y. (1997), L'archipel des métiers d'art : une initiative de développement local en réseau sur l'arc méditerranéen, *Revue d'Economie Méridionale*, 46, 3, 271-295.

Institut Supérieur des Métiers (2003), *Petites entreprises et artisanat acteurs des systèmes productifs locaux*, Paris, ISM, collection Etudes et Recherches.

Itçaina X, Palard J. et Segas S. (coord.) (2007), *Régimes territoriaux et développement économique*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, collection Espace et Territoires.

Kahn R. (2001), Politiques culturelles des collectivités, démocratie et développement, communication présentée aux 5^{èmes} rencontres ville - management, Bayonne, 6-7 septembre.

Kebir L. et Maillat D. (2004), Ressources naturelles et culturelles : quels modes d'organisation ?, communication présentée au XI^{ème} colloque de l'ASRDLF *Convergence et disparités régionales au sein de l'espace européen*, Bruxelles, 1-3 septembre.

Kosianski J.-M. (2004), Les pôles métiers d'art : des démarches empiriques de développement local relevant des réseaux de solidarité territoriale à finalité productive, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 3, 391-414.

Lévêque J. et Virassamy C. (2005), Métiers d'art et tourisme. Des attirances réciproques, *Espaces*, 231, 22-30.

Maillat D., Crevoisier O. et Lecoq B. (1991), Réseau d'innovation et dynamique territoriale. Un essai de typologie », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 3-4, 407-432.

Ménard M. et Montambeault F. (2003), Les métiers d'art au Québec. Esquisse d'un portrait économique, Montréal, SODEC.

Pecqueur B. (1999), *Dynamiques territoriales et mutations économiques*, Paris, L'Harmattan, collection Géographies en liberté.

Pecqueur B. (2000), *Le développement local*, Paris, Syros, collection Alternatives économiques.

Pecqueur B. (2004), Vers une géographie économique et culturelle autour de la notion de territoire, *Géographie et Cultures*, numéro spécial, 22-37.

Ruffier-Lanche A. (2005), Un territoire, le pays d'Aubagne, *Espaces*, 232, 38-42.

Santagata W. (2000), *Cultural districts for sustainable economic growth*, papier présenté au colloque international d'économie de la culture, Université de Minneapolis.

Santagata W. (2008), Dimensions spatiales de la créativité, papier présenté aux 3^{èmes} journées d'économie de la culture *Nouvelles frontières de l'économie de la culture*, Paris, 2-3 octobre.

Société d'Encouragement aux Métiers d'Art et Union Européenne de l'Artisanat et des PME (2000), *Promouvoir la création et le développement d'emplois durables dans le secteur des métiers d'art*, rapport à la Direction Générales Entreprises, Commission Européenne, Paris.

Vachon B. (1993), *Le Développement local, théorie et pratique*, Montréal, Gaëtan Morin Editeur.