



LES CLASSES CRÉATIVES, ÉLÉMENTS DE THÉORIE ET DE STATISTIQUE

RICHARD FLORIDA ET LA CLASSE CRÉATIVE

La théorie de la classe créative de Richard Florida s'appuie sur deux principales hypothèses.

La **première hypothèse** énonce que la classe créative a une influence sur la croissance économique locale, en termes d'innovation, de création d'entreprises et d'emplois.

La **seconde hypothèse** veut que la géographie de la classe créative repose sur l'attractivité des villes en termes de tolérance, d'ouverture et de diversité. Les environnements urbains ouverts, tolérants, et diversifiés, sont les lieux privilégiés de localisation de la classe créative. En outre, certaines villes proposent une gamme d'aménités spécifiques, qui peuvent renforcer leur attractivité aux yeux de la classe créative.

LA CLASSE CRÉATIVE

La Classe créative se compose de 3 sous-groupes :

- les **Bohemians**, professions artistiques (*artisans et ouvriers d'art, journalistes, cadres artistiques des spectacles...*)

- les **Core**, individus engagés dans un processus hautement créatif dont la production est définie comme porteuse d'un concept nouveau. Ils appartiennent à des domaines divers (*sciences, ingénierie, architecture, éducation*) et leurs fonctions reposent sur la création de nouvelles idées, technologies ou autres produits créatifs.

- les **Professionals**, individus qui sont créatifs à partir de routines et qui s'appuient sur des bases de

connaissances parfois complexes pour réaliser une tâche ou juger une situation (*chefs d'entreprises, médecins, avocats, cadres de la logistique et des transports...*). Ce type de professions requiert des niveaux d'éducation souvent élevés.

Une transposition des travaux de Florida sur les statistiques françaises a permis de sélectionner les professions relevant de la classe créative, soit 101 professions représentant 16,2 % de l'emploi total.

Le Poitou-Charentes compte 11,6 % de créatifs dans l'emploi total, les Bohemians représentent 0,9% de l'emploi, les Core 5,3 % et les Professionals 5,4 %.

Part des créatifs dans l'emploi totale en 2006

	Emplois (effectif)	Classes créatives (%)	Bohemians (%)	Core (%)	Professionals (%)
Poitou-Charentes	617 282	11,6	0,9	5,3	5,4
France	22 715 061	16,2	1,4	7,1	7,7
France hors Ile-de-France	17 673 066	13,5	1,0	6,3	6,2

Source : Insee, Recensement de la Population 2006

LES TRAVAUX DE CHRISTIAN CALZADA, INSEE LORRAINE, SUR LA RÉPARTITION DES CRÉATIFS EN FRANCE

Une analyse statistique a été menée pour établir la répartition et la concentration des créatifs au sein des cantons français.

Une analyse de la surreprésentativité et de la concentration des classes créatives a été réalisée afin de vérifier l'une des hypothèses de Florida qui porte sur la concentration élevée des créatifs au sein de quelques zones métropolitaines. Elle a confirmé que les créatifs connaissent une agglomération plus forte que ne connaissent les emplois et la population.

Une typologie des régions a été élaborée, mettant en avant la position particulière de l'Ile de France qui constitue la région principale des créatifs. Concernant les autres régions, plusieurs profils se dégagent, dont celui des régions caractérisées par des cantons agglomérés accueillant une concentration significative

de créatifs au sein d'espaces urbains polycentriques, comme pour Rhône-alpes, PACA, Midi-Pyrénées et Languedoc Roussillon. Les autres régions se distinguent par une présence moins importante, moins concentrée et moins significative de créatifs.

Le Poitou-Charentes ne présente pas de concentration significative des classes créatives. Celles-ci sont néanmoins présentes dans les espaces urbains, et sont principalement constituées de professionnels. Par contre la région concentre des cantons « non-créatifs » statistiquement significatifs qui recouvrent le Nord Deux-Sèvres et forment un corridor entre Thouars et le Sud de la Région, ainsi que de Cognac à Confolens.

LES FACTEURS D'ATTRACTIVITÉ DE LA CLASSE CRÉATIVE

La théorie de la classe créative pose que le développement économique local est influencé par la présence de la classe créative. Cette théorie des indicateurs « de talent » complète l'indicateur traditionnel de capital humain, élaboré autour des niveaux d'éducation, et essaie de prendre en compte ce qui est réalisé sur un territoire à travers les professions qu'il abrite, plutôt que ce qui peut être réalisé en fonction des niveaux de diplômes présents.

Les premiers travaux empiriques sur les liens entre classes créatives et développement économique ont montré que la croissance des classes créatives amène davantage de croissance de l'emploi que l'augmentation du niveau des diplômes. L'indicateur de la classe créative apparaît comme l'indicateur de capital humain le plus efficient.

Il s'agit alors pour favoriser le développement économique d'un territoire d'influencer la localisation des classes créatives.

Trois facteurs ont été identifiés, avec les indicateurs les évaluant : les particularités culturelles, climat de tolérance et d'ouverture, puis les aménités des zones d'emploi et enfin les opportunités d'emplois.

Ils constituent des « soft factors », qui s'opposent aux « hard factors » traditionnels constitués par la croissance du PIB, croissance de l'emploi...

Facteur 1 : particularités culturelles, climat de tolérance et d'ouverture

Un indice de diversité ethnique, baptisé « melting pot index », ou encore « foreign born index », est construit sur la base de la proportion d'individus nés à l'étranger sur l'ensemble de la population. Cet indice incarne une dimension de l'ouverture et de la diversité, à travers les faibles barrières à l'entrée pour les nouveaux arrivants et la richesse culturelle de la population locale.

La mesure de la tolérance utilisée par FLORIDA pour juger du niveau de tolérance d'un environnement urbain est l'indice « gay ». À cet indice, faute de données disponibles, est souvent préféré l'indice « bohemians », qui représente l'ensemble des artistes résidant au sein d'une ville, pour représenter le niveau d'ouverture d'un environnement urbain.

FLORIDA montre que les trois indices Foreign born,

Gay, Bohemians sont significativement positifs pour expliquer la géographie du « talent » : l'indice gay, tout en étant positif et significatif, possède l'effet le plus faible.

- ▶ part des emplois Bohemians dans l'emploi total
- ▶ part des étrangers dans la population totale

Facteur 2 : les aménités des zones d'emploi

Ce facteur prend en compte les services proposés, à la fois publics et culturels, au travers d'un indice d'offre publique et un indice d'opportunités culturelles.

- ▶ Part des emplois de la fonction « administration publique » (dans l'emploi total)
- ▶ Part des emplois de la fonction « culture, loisirs » (dans l'emploi total)

Facteur 3 : les opportunités d'emplois

Il s'agit de mesurer les opportunités d'emploi de la période précédente pour les créatifs du territoire.

Taux de croissance de l'emploi 1999-2007

Après analyse statistique, on constate que chaque composante de la classe créative est influencée par ces différents facteurs :

- ▶ Les Professionals sont impactés principalement par les opportunités culturelles et la part de Bohemians.
- ▶ Les Core sont influencés par l'offre publique, les opportunités culturelles et la part des Bohemians.
- ▶ Les Bohemians par les opportunités culturelles.

Influencer la localisation des classes créatives implique également une certaine mobilité de ces populations.

Une étude sur 13 villes européennes a conclu à une faible mobilité des créatifs :

70% sont nés dans leur ville actuelle ou aux alentours, et parmi les 30 % restants, la majorité s'y est installée pour des raisons professionnelles.

Si les softs factors ne suffisent pas à attirer les créatifs, des hypothèses les présentent comme des facteurs permettant de les conserver sur leur territoire, voire de développer cette population.



RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

CHANTELOT SÉBASTIEN/ PERES STÉPHANIE/ VIROL STÉPHANE/ CALZADA CHRISTIAN, INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DES ETUDES ECONOMIQUES LORRAINE. LES TERRITOIRES DE LA CRÉATIVITÉ.

ECONOMIE LORRAINE N° 231-232 - AOÛT 2010. INSEE LORRAINE, 2010, 22.P [HTTP://WWW.INSEE.FR](http://www.insee.fr)

GROSSETTI Michel/ MARTIN-BRELOT Hélène/ ECKERT Denis. La mobilité spatiale de la « classe créative » européenne : une enquête empirique sur 11 villes. Communication pour les journées de la proximité, Poitiers 2009, 9p. <http://proximite.conference.univ-poitiers.fr/>