



RICHARD FLORIDA
«Pour la première fois, notre prospérité économique future est liée au développement individuel.»

INNOVATION

«LA SUISSE PERFORME TRÈS BIEN EN TERMES D'EMPLOIS CRÉATIFS»

Star américaine de l'urbanisme, Richard Florida revisite son best-seller *L'émergence de la classe créative*. Entretien exclusif. **PAR FABRICE DELAYE**

Après la publication en 2002 de son premier livre *The Rise of the Creative Class*, qui analysait les ressorts géographiques et sociaux de la croissance économique contemporaine, l'urbaniste américain Richard Florida est devenu un gourou. Véritable entrepreneur intellectuel que s'arrachent municipalités, chaînes d'hôtels, promoteurs immobiliers... il publie une version actualisée de son best-seller et ajoute une multitude de données et de pistes originales pour analyser une profonde mutation économique que chacun voit sans toutefois savoir la nommer.

Bilan Vous définissez la nouvelle classe créative en tant que groupe social cohérent, partageant des caractéristiques communes d'un pays à l'autre. Pourquoi avoir recours à ce concept de classe sociale?

Richard Florida La créativité est le cœur d'une nouvelle économie pilotée par une classe créative. Elle comprend comme traditionnellement les musiciens, les artistes et les écrivains mais s'est étendue pour inclure toutes ces personnes qui gagnent leur

vie en travaillant avec leur esprit, que ce soit dans les sciences, la technologie, le droit, la médecine ou dans les milieux universitaires, des médias, du management et de la finance.

Les emplois de cette classe créative sont désormais le moteur de la croissance dans nos villes. Ce sont ceux qui reçoivent les revenus les plus élevés. Nous estimons qu'il y a plus de 150 millions de travailleurs créatifs dans le monde. En Suisse, la classe créative comprend plus de 45% de la main-d'œuvre, ce qui fait de votre pays le troisième du monde pour les emplois créatifs derrière les Pays-Bas et Singapour.

B Cette classe créative que vous décrivez est aussi très nomade. Que peuvent faire des municipalités ou des autorités régionales pour retenir ou attirer ces personnes de talent sur leur territoire?

RF Dans le cadre d'une approche globale de leur développement écono-

«Les créatifs? Ce sont tous ceux qui gagnent leur vie en travaillant avec leur esprit»



PHOTO: DR

mique, les municipalités ou les régions peuvent utiliser comme guide notre modèle 3T: Technologie, Talent et Tolérance. Le premier T, c'est la technologie. La capacité de supporter la recherche et l'innovation et le transfert des résultats en produits commercialisables et en entreprises qu'on admire sont devenus des éléments absolument essentiels de la croissance économique. Dans notre indice technologique*, la Suisse se classe au 6^e rang, derrière des pays comme le Japon et les Etats-Unis mais devant le Canada, le Danemark et la Corée du Sud.

Bilan Et en ce qui concerne les deux autres T?

RF Le moteur de toute stratégie économique efficace, ce sont les talents. Or ces derniers, surtout les plus doués, se déplacent beaucoup de nos jours. D'où l'importance de la tolérance. Quand je parle de tolérance, cela signifie un endroit ouvert aux innovateurs, aux entrepreneurs et aux créateurs dans tous les domaines. Ce climat d'ouverture aux idées nouvelles devient aussi important aujourd'hui que les conditions-cadres pour le business et la compétitivité. Dans notre indice, la Suisse se classe au 20^e rang mondial pour la tolérance.

Bilan Tous les gouvernements locaux ou nationaux ont des politiques pour promouvoir la croissance par la créativité. Avez-vous l'impression que ces initiatives sont bien conçues?

RF La créativité, «la possibilité de créer de nouvelles choses significatives», est maintenant le moteur du progrès économique et un avantage concurrentiel déterminant avec un avenir axé sur la connaissance et l'innovation. Nous avons une grande opportunité devant les yeux: pour la première fois peut-être, notre prospérité économique future est liée au développement individuel et à l'utilisation des capacités créatrices de chacun. Mais pour l'exploiter, nous avons aussi besoin de créer de nouvelles institutions qui devront à la fois développer, soutenir, voire générer de la créativité.

B Comment cela?

RF Dans mon livre *The Rise of the Creative Class revisited*, je lance un appel à l'action, à un «pacte créatif» pour relever ces défis. En particulier, j'examine les moyens que nous devons trouver

pour engager et maximiser la créativité de tous les travailleurs. Nous devons trouver un moyen de rendre créatifs les emplois dans la production et les services. Nous ne pouvons pas simplement nous contenter de voir ces jobs devenir obsolètes et disparaître. Chaque emploi peut et doit devenir créatif et chaque travailleur doit être entraîné à exploiter sa propre capacité à entreprendre.

B Vous avez récemment été nommé ambassadeur européen pour la créativité et l'innovation. Comment voyez-vous l'Europe et la Suisse sous l'angle de l'émergence d'une classe créative par rapport au reste du monde?

RF L'Europe et la Suisse performant très bien en termes d'économie créative. Elles donnent l'exemple de ce que cela signifie que de créer des environnements à la fois ouverts et inclusifs pour les travailleurs créatifs. L'une des choses les plus efficaces et les moins chères qu'un gouvernement puisse faire pour favoriser l'économie créative, c'est d'encourager la tolérance et l'inclusion. Des pays comme la Suisse, le Danemark, la Norvège et quelques autres comprennent ce point critique. Et les travailleurs créatifs rejoignent ces environnements ouverts à de nouvelles idées. Si nous voulons attirer et soutenir ces travailleurs, nous devons accueillir et encourager la diversité et les différences.

B Quelles nouveautés apportent la nouvelle version de votre best-seller?

RF *The Rise of the Creative Class revisited* actualise toutes les statistiques de la version originale et en fournit une foule de nouvelles, fruit d'une décennie des recherches de mon groupe. Je traite aussi les critiques importantes qui m'avaient été adressées. J'ai ajouté cinq chapitres entièrement nouveaux qui couvrent les effets globaux de l'émergence de la classe créative et explore ce qui fait la «qualité d'un lieu» dans nos villes et nos banlieues. Enfin, je présente un contrat social pour notre temps afin de transformer cette économie créative émergente en une société durablement créative. ■

* «Le dernier rapport sur la créativité» peut être téléchargé sur <http://martinprosperity.org/media/GCI-Report-reduced-Oct%202011.pdf>