



Juil. 2018

Synthèse du benchmark des villes Design et contribution aux réflexions du Conseil de Développement

Sommaire

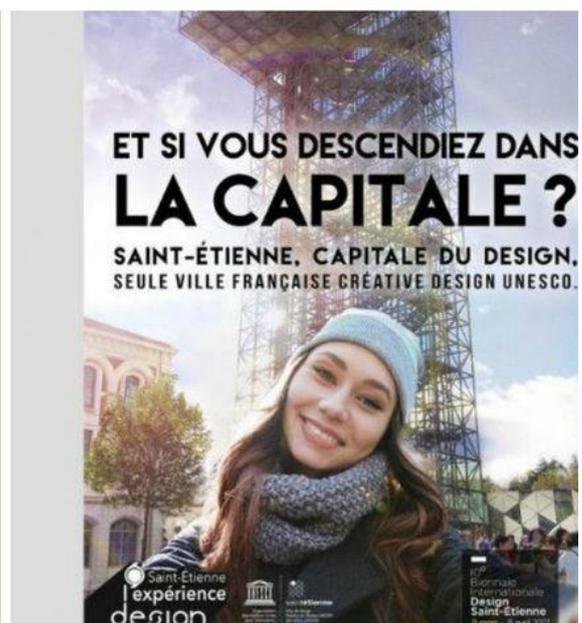
| | |
|--|----------|
| Saint-Etienne ville Design ? | 3 |
| Benchmark des villes Design. Methode | 4 |
| Les critères | 5 |
| Définition : Les villes Design, les villes créatives UNESCO et autres désignations | 6 |
| Tableau synthétique du Benchmark | 7 |
| | |
| Contribution et pistes de réflexion | 9 |
| Saint-Etienne Design, la gestion des paradoxes | 9 |

Saint-Etienne ville Design ?

Saint-Etienne est la première ville française désignée ville créative UNESCO Design (depuis 2010). La Biennale internationale, la Cité du design et la puissance de son écosystème local orienté sur le Design lui donnent une bonne visibilité nationale et internationale sur cette thématique.

Les dynamiques nationales et internationales autour de la thématique conduisent néanmoins à se poser la question suivante :

Comment Saint-Etienne peut faire valoir ses atouts, affirmer et pérenniser son leadership dans le domaine du Design ?



Benchmark des villes Design.

Méthode : comparer 10 villes créatives Design

Pour répondre à cette question, qui est d'une complexité certaine, l'agence d'urbanisme epures a opté pour la méthode suivante :

- **Etape 1** : Réaliser l'étude comparative de 5 villes françaises dont Saint-Etienne et de 5 villes européennes, chacune reconnue d'une façon ou d'une autre sur le champ du Design.
- **Etape 2** : Confronter les résultats de cette approche « benchmark » avec des avis d'experts afin d'avoir une vision élargie de ce qui fait les forces et faiblesses des villes créatives. Les 10 villes étudiées sont une base qui n'exclut pas les bons exemples transmis par d'autres villes.
- **Etape 3** : Se risquer à une synthèse sur le positionnement de Saint-Etienne Design et esquisser des pistes pour l'avenir, en complémentarité des travaux conduits par le Conseil de Développement sur ce sujet.



document annexe présente les approches design des 10 villes retenues.

Villes étudiées : Saint-Etienne, Lyon, Nantes, Paris, Lille, Bilbao (Espagne), Turin (Italie), Graz (Autriche), Courtrai (Belgique), Kaunas (Lituanie).

Le choix des villes est volontairement réduit et de nombreuses autres villes auraient évidemment leur place dans ce benchmark (Londres, Milan, Mexico, Detroit, Montréal, Pékin, Séoul, Shenzhen, Berlin, Lisbonne...). Le choix s'est resserré autour d'une proximité géographique, d'un panachage de tailles de villes et de désignations (villes UNESCO, CMD ou sans label).

Les critères

Etape 1 : positionnement

L'étape 1, ou étude comparative, se limite à faire un état des lieux des actions, outils et projets existants dans chacune des villes :

- Désignations et labels Design
- Grands évènements liés au Design
- Lieux dédiés au Design (culturel ou économique, public ou privé...)
- Enseignement et formation liés au Design (écoles, Design thinking...)
- Intégration du Design dans la stratégie politique
- Gouvernance et réseau.

Etape 2 : le potentiel de développement

L'étape 2 tente une analyse des outils et dynamiques mis en place par les villes pour pérenniser l'approche Design et la transformer en catalyseur de développement urbain, économique ou citoyen :

- Lien entre Design et monde culturel
- Lien entre Design et monde économique
- Force du réseau d'enseignement et de formation
- Positionnement de l'innovation sociale
- Visibilité numérique et communication
- Alliances nationales et internationales

Définition : Les villes Design, villes créatives UNESCO et autres désignations

Les villes créatives Design UNESCO : Le Réseau des villes créatives de l'UNESCO (ou RVCU) a été créé en 2004 pour promouvoir la coopération avec et entre les villes ayant identifié la créativité comme un facteur stratégique du développement urbain durable. Les 180 villes, qui forment actuellement ce réseau, travaillent ensemble vers un objectif commun : placer la créativité et les industries culturelles au cœur de leur plan de développement au niveau local et coopérer activement au niveau international.

Saint-Etienne est actuellement la seule ville française Design Unesco.

Capitale Mondiale du Design (CMD) :

La Capitale Mondiale du Design (en anglais World Design Capital) est un projet de promotion d'une ville organisé par l'International Council of Societies of Industrial Design afin de reconnaître et de récompenser les réalisations faites par des villes du monde entier dans le domaine du Design.

La Métropole européenne de Lille, nommée pour 2020, est la première ville française à obtenir ce titre (après Mexico, Taipei, Le Cap, Helsinki, Séoul et Turin).

La démarche CMD est apparentée et issue des désignations « capitales européennes de la culture ». Coup de projecteur sur une ville phare, pendant une année, cette désignation est très différente de l'appartenance au réseau des villes créatives UNESCO qui s'inscrit dans un temps long et dans l'animation d'un réseau international. Il est donc difficile de comparer les deux approches.



Tableau synthétique du Benchmark

| TABLEAU SYNTHETIQUE FRANCE | | VILLES FRANCAISES | SAINT-ETIENNE | LYON | LILLE (MEL) | NANTES | PARIS | Autre ville française se démarquant dans la catégorie |
|---|---|-------------------|---|---|---|--|--|---|
| ETAPE 1 : POSITIONNEMENT / ETAT DES LIEUX / DIAGNOSTIC | Habitants | | 400 000 (métropole) | 1,4 millions | 1,1 millions | 630 000 | 10 millions | |
| | Reconnaissance internationale | | DESIGN UNESCO depuis 2010 | | CAPITALE MONDIALE DESIGN 2020 | | | Un nombre conséquents de labels à l'échelle nationale et internationale |
| | Approche Design | | Globale. Art et Industrie. Expérimentation, Design des politiques publiques | Design urbain et produits | Economie - marque territoriale | Enseignement et recherche | | |
| | Evènement Design | | Biennale Internationale Design depuis 1998 | Lyon City Design Arena Lyon City Demain | | | Design Week... | |
| | Structure et lieu dédié au Design | | Cité du Design | Lyon Design Association : | Lille Design : plateforme internet + réseau | | Le lieu du Design | |
| | Enseignement et formation | | ENSADSE / PREAC / pole recherche / LUPI / Telecom Design Tech | | CF Valenciennes | Ecole de Design Nantes Atlantique / Design Lab | ENSI les Ateliers, Camondo... | Valenciennes |
| | Intégration politique | | Un VP Design / base line de la Métropole Design / campagnes nationales / design manager depuis 2010 | | | | | |
| | Gouvernance/Réseau (Public ou Privé?) | | Forte représentation publique, souhait affiché de partenariats avec le privé; | Pas de réel réseau design à priori + majorité actions ponctuelles | Fort partenariat public/privé | Privée (en lien avec école) | | |
| ETAPE 2 : POTENTIEL DE DEVELOPPEMENT | Lien entre design et monde culturel | | Cité du Design / MAMC / MAL... | | | | Musée du Design / Pavillon de l'Arsenal / Lieu du Design... | |
| | Lien entre design et monde économique | | | | | | Un rayonnement, des écoles à la pointe, un tissu économique puissant | |
| | Innovation sociale | | | | | | | |
| | Enseignement | | | | | | | Lille Valenciennes |
| | Visibilité numérique / communication | | | | | | | |
| | Alliances nationales et internationales | | | | | | | |
| | Portage majoritaire, impulsion initiale (Publique : privée) | | Public | Privé | Public / Privé | Privé | Public / Privé | |

| TABLEAU SYNTHETIQUE EUROPE | VILLES EUROPEENNES | SAINT-ETIENNE (FR) | COURTRAI (BE) | KAUNAS (LT) | BILBAO (ES) | TURIN (IT) | GRAZ (AT) | Autre ville se démarquant dans la catégorie | |
|---|---|---|---------------------------|---|--|--|---|--|--|
| ETAPE 1 : POSITIONNEMENT / ETAT DES LIEUX / DIAGNOSTIC | habitants | 400 000 (métropole) | 75 000 | 300 000 | 350 000 | | 900 000 | 280 000 | |
| | Reconnaissance internationale | DESIGN UNESCO depuis 2010 | DESIGN UNESCO depuis 2017 | DESIGN UNESCO depuis 2015 | DESIGN UNESCO depuis 2014 | | DESIGN UNESCO depuis 2014 Capitale Mondiale du Design 2008 | DESIGN UNESCO depuis 2014 | Montréal, Detroit, Berlin, Londres, Barcelone, Sydney, Mexico, Shenzhen, Pékin, Seoul... |
| | Approche design | | | Architecture- Art-culture | Architecture -art - mode | | Design industriel /automobile | Globale | |
| | Evènement Design | Biennale Internationale Design depuis 1998 | Biennale Design Interieur | Biennale de Kaunas / Semaine du design | Design Week et Selected | | Torino Design of the City et OPERAE | Designmonat Graz | Milan |
| | Structure et lieu dédiés au Design | Cité du Design / Mixer / | | | Conseil du design et de la créativité (public/privé) | | Comité directeur du réseau créatif de Turin (privé/public/académique) | STYRIA Créative Industries - Design Forum Steiermark | Londres, Milan, Bâle |
| | Enseignement et formation | ENSADSE / PREAC / pole recherche | | Faculté de Design et de technologies | | | Institut européen du Design - Institut des Arts Appliqués et Design | Université de Joanneum | |
| | Intégration politique | Un VP Design / base line de la Métropole Design / campagnes nationales | | | | | Via le comité directeur | Bureau City of design + créative City Management | Milan, Londres, Barcelone, |
| | Gouvernance/Réseau (Public ou Privé?) | Forte représentation publique, souhait affiché de partenariats avec le privé; | Impulsion par le Privé | Public : pas de réel réseau design à priori | Partenariat public/privé mais domaines de compétences distincts à priori | Réseau multi-partenariat autour de l'économie automobile | Réseau multi-partenariat autour de l'économie automobile | Fort réseau public/privé | |
| ETAPE 2 : POTENTIEL DE DEVELOPPEMENT | Lien entre design et monde culturel | Cité du Design / MAMC / MAI... | | | | | Mois du Design, Musées | | |
| | Lien entre design et monde économique | | | | Privé autour de l'art et la mode | Industrie automobile | Via Styria Creative Industries | Les villes capitales économiques et culturelles ayant misé sur le design (Londres, Milan, Berlin...) | |
| | Innovation sociale | | | | | | | | |
| | Enseignement | | | | | | | | |
| | Visibilité numérique / communication | | | | | | | Montréal, Detroit, Berlin, Londres, Barcelone, Sydney, Mexico, Shenzhen, Pékin, Seoul... | |
| | Alliances nationales et internationales | | | | | | | | |
| | Portage majoritaire, impulsion initiale (Publique : privée) | Public | Privé | Public | Public Privé | Privé | Public / privé | | |

EN VERT : ville se démarquant dans la catégorie

Contribution et pistes de réflexion : Saint-Etienne Design, la gestion des paradoxes

Ce que nous montre le benchmark :

Saint-Etienne dispose d'un écosystème Design unique en France par l'étendue de ses actions, son portage public fort et continu, une Biennale et une Cité qui n'ont pas d'équivalent, une approche « expérimentation, ville laboratoire, Design sociétal, Design d'usages » forte, reconnue et exportable.

En comparaison avec les autres villes Design (étudiées ou non) :

- **Points forts** : Un écosystème global. La Biennale. La Cité du Design (recherche, enseignement, international, innovation éco.). Le Design sociétal (usages et services). Le Design urbain. Ville laboratoire et expérimentation. Centre de ressource et de recherche en Design au niveau national. Diffusion d'expertise.
- **Points faibles** : Une stratégie additive non re-questionnée depuis 20 ans, un territoire économique non autoportant pour accueillir le Design comme plus-value, un pari trop grand ? Technocratisation de l'outil Cité du Design qui peut nuire à son ADN visionnaire et précurseur.
- **Point particulier** : Ville en résilience au rythme lent. Impatience locale.

Une reconnaissance de l'expertise de Saint-Etienne Design en double teinte :

- **Image positive** vue de l'extérieur : ville référence en recherche Design, Biennale inégalée en France, thématiques et processus innovants, vivier de tiers lieux et de collectifs citoyens ou professionnels, ville laboratoire.
- **Image contrastée** vue de l'intérieur : communication omniprésente sur le Design et néanmoins un mécontentement qui parle d'un Design qui ne se voit pas assez, dans la ville et au cœur des entreprises.

Comment Saint-Etienne peut faire valoir ses atouts, affirmer et pérenniser son leadership dans le domaine du Design ? :

Le territoire a de sérieux atouts Design. Pérenniser son leadership se fera à la condition de définir plus précisément son positionnement Design. Son approche globale est une stratégie favorable au territoire et payante en termes d'image. Cependant, l'approche « trop » globale semble insuffisante pour prétendre à un leadership national face à la concurrence territoriale actuelle. On observe un effet de ventilation, d'actions multiples, toujours innovantes et remarquables, mais qui ne sont pas suivies dans le temps.

Saint-Etienne va-t-elle réussir la transition de « ville pionnière Design » à ville Design ?

- **L'audace** stéphanoise est reconnue (1er post diplôme design en 1989, Biennale internationale 1998, 1er poste de design manager, seul Vice-Président métropolitain Design, la Cité du design n'a pas d'équivalent en France...).
- Impulsée par l'école des Beaux-Arts, **le Design comme marque territoriale est avant tout une construction discursive et politique**, un « travail de prédestination » qui est devenu une stratégie d'attractivité construite en réponse à la crise structurelle qui touchait le territoire, un marqueur de résilience. (ce qui différencie Saint-Etienne de nombreuses villes « Design » étudiées)
- Aujourd'hui, l'enjeu est de passer de « ville pionnière Design » à « ville Design ». Pour cela, chaque acteur de l'écosystème local doit être à sa juste place selon une feuille de route clarifiée pour les 10 prochaines années.

Le Design : une force du territoire, pas un miracle.

- **Un pari trop grand ? De fortes attentes** : Un pari initié dans les années 90 qui est devenu une ligne marketing globale du territoire. Effet induit, la démarche est porteuse d'attentes et d'espoirs parfois surdimensionnés. On demande au Design, tout à la fois, de revaloriser l'image de la ville (auprès de ses habitants, au niveau national et à l'international), de relancer l'économie locale en renouant le lien emblématique entre l'art et l'industrie, et de rendre le Design accessible et visible pour tous en écho à une ville profondément attachée au « vivre ensemble ».
- **Sur un territoire économique qui n'a pas atteint sa taille critique** : Malgré un portage politique constant et la création d'infrastructures liées (Cité du Design, quartier créatif...), tous constatent que le territoire n'a pas encore accédé à

l'autoportance économique et industrielle attendue. Les questions qui se posent aujourd'hui sous forme de bilan Design ou de retombées économiques du Design sur le territoire doivent prendre en compte cet aspect.

- **Une filière d'acteurs ? Une plus-value apportée à l'économie industrielle? à l'économie de service ? A l'économie culturelle ? Les trois ?** On a imaginé de façon audacieuse à Saint-Etienne que le Design pouvait être une filière de développement alors que le Design, de façon plus classique, a besoin d'un terreau économique fort pour y injecter de la plus-value.
- **La Cité du design s'attache avant tout à construire une filière d'acteurs**, à animer un réseau, à créer des outils et méthodes innovantes, à faire rayonner Saint-Etienne.
- **Le discours médiatique et la communication institutionnelle doivent également se recentrer sur une stratégie design clarifiée**, remettre en récit cette stratégie pour le territoire, raconter et expliquer ce que peut apporter le design. (et donc de ce qu'il ne peut pas apporter)

« C'est ensemble que les pouvoirs publics, le secteur privé et la société civile s'associent pour soutenir la création et les créateurs » - Extrait du site Réseau des villes créatives UNESCO.

Un fort portage public :

Le design à Saint-Etienne est fortement et historiquement porté par le secteur public. Le secteur privé doit trouver sa juste place dans un partenariat équilibré, mais surtout, il ne faut pas mettre de côté les forces vives de la société civile (collectifs, tiers-lieux...). Pour les experts, il est le terreau « bottom up » d'innovation d'une ville se réclamant « ville pionnière et ville laboratoire »

- Il faut laisser exister et respirer les initiatives « bottom up » de la société civile.
- Le secteur privé doit trouver sa juste place dans un partenariat équilibré.
- Il faut veiller à laisser une autonomie créative et innovante à la Cité du Design afin qu'elle conserve son apport créatif et visionnaire « apolitique », réelle plus-value et condition nécessaire pour le maintien d'un leadership national et international.
- Retrouver une vision politique inspirée par les créateurs, défricheurs, chercheurs, et par la participation citoyenne.

Un portage politique continu depuis 20 ans et une ligne marketing territorial bien rodée mais attention à ne pas se reposer sur des acquis, la concurrence territoriale est active.

Il est temps de se poser la question du leadership stéphanois aujourd'hui et de créer les conditions d'une **meilleure anticipation**. Une veille est nécessaire pour anticiper et évaluer la trajectoire de la stratégie design. Néanmoins, elle ne peut se faire qu'avec la détermination de choix clairs qui détermineront les critères de veille (économiques, sociaux, culturels...). A ce jour, les bilans apparaissent plus comme l'addition d'actions, très souvent innovantes et imitées ailleurs (banc d'essai, république du Design, manufacture d'action publique, LUPI...) mais qui peut créer une dispersion en termes d'image, de résultats, d'ingénierie et de financements.

Autres pistes :

- Ce n'est jamais en voulant ressembler aux autres villes que Saint-Etienne s'est démarquée, mais en **valorisant ses décalages** : utiliser ce décalage pour se repositionner en tant que leader en matière **de recherche, d'innovation, d'expérimentation**, de Design urbain, de Design social, Design d'usages et de services...
- Miser sur la recherche, la formation et la **diffusion d'expertise**.
- Poursuivre et **renforcer le réseau d'alliances nationales et internationales** dans lequel Saint-Etienne se démarque.
- Poursuivre et renforcer les actions en **Design collaboratif, d'innovation sociale, Design pour tous**, dans lesquelles Saint-Etienne se démarque.
- **Le Design ne relancera pas à lui seul l'économie locale** mais il participera à sa spécification et son savoir-faire (filières de pointe mécanique, textile, optique...)
- L'enseignement supérieur local gagnerait à penser plus à **l'employabilité de ses étudiants**, pas seulement au niveau local, mais au niveau national et international. (Alternance, mécénat, mise en réseau...).
- **Le quartier créatif** n'a pas encore atteint sa taille critique pour être réellement créatif et vivant. Patience.
- **Le Design d'espace et le Design** urbain sont une spécificité à renforcer. (Du mobilier au quartier).

Concernant le lien Saint-Etienne / Lyon :

Des résonances Saint-Etienne / Lyon sur les champs stratégiques en général et culturels en particulier existent mais sont assez timides. Piste : si Saint-Etienne devient une référence « pionnière Design », il serait intéressant de **favoriser d'autres échanges** (Clermont-Ferrand, Nantes, Lille). D'après les experts, il n'y a pas de concurrence Lyon / Saint-Etienne sur le champ culturel, mais une complémentarité. (Lyon étant Lyon, très positionnée sur l'art contemporain). En comparaison, la Métropole européenne de Lille gagne en visibilité en jouant sur une cohérence territoriale et transfrontalière plus active (avec Roubaix, Tourcoing, Valenciennes, Courtrai...). Ces alliances et la gouvernance politique lilloise expliquent les nominations « capitale européenne de la Culture » en 2004 et « capitale mondiale du Design » (2020).

Saint-Etienne a tout intérêt à préserver son décalage et à poursuivre absolument la dynamique des alliances nationales et internationales qui font sa force.

En conclusion, de cette analyse, voici les paradoxes auxquels Saint-Etienne Métropole doit aujourd'hui faire face:

1. Il faut tout d'abord bien connaître les multiples facettes du Design, puis s'interroger sur lesquelles se positionner et se différencier.
2. Le Design est-il le fruit d'une mise en récit, une construction discursive politique, ou bien constitutif de l'ADN du territoire ?
3. Le Design est-il un positionnement de marketing territorial ou un vecteur (ou substitut !) de développement économique ?
4. Le Design est-il un terreau de développement économique ou de développement culturel ? Est-ce que les deux sont conciliables ?
5. La Biennale (qui s'appelle Biennale internationale Design St-Etienne) peut-elle être un outil de rayonnement international ET une biennale populaire ?
6. Le Design comme filière ou comme écosystème ? L'action publique est-elle assez structurée ? Existe-t-il localement un « acteur collectif » qui porte le Design à Saint-Etienne ?
7. Trop bon élève? À vouloir trop faire on ne fait pas assez bien. Un positionnement sur plusieurs facettes du Design permet-il d'être excellent en tout ? Ou simplement moyen ? Le territoire stéphanois a-t-il la taille critique, l'économie critique et la masse d'actions publiques comme peuvent l'avoir d'autres grandes métropoles pour maintenir et développer son atout Design ?
8. Ville pionnière, toujours à la pointe de l'innovation mais pas de permanence de l'action publique sur le Design. (Cf. les alternances politiques).
9. Y a-t-il trop d'attentes vis-à-vis du Design pour arriver à affirmer un axe fort ou d'excellence ?



Biennale du Design Saint-Etienne 2015

Images extraites du rapport d'activité 2014-2017 Saint- Etienne Ville UNESCO de design







46 rue de la télématique
CS 40801 – 42952 Saint-Etienne CEDEX 1
tél : 04 77 92 84 00 fax : 04 77 92 84 09
mail : epures@epures.com – Web : www.epures.com