

A la recherche de lieux communs

Questionner le flou autour du tiers-lieu

Depuis quelques années se développent chez les acteurs de la ville et de l'aménagement un engouement autour de ce qu'on appelle de manière générique les « lieux » : tiers-lieux, *fab-lab*, espaces de *coworking*, tels que le Numa dans le centre de Paris, ou lieux éphémères tels que le 6B à Paris ou encore la Friche Belle de Mai à Marseille. Si ces lieux ont souvent émergé portés par un collectif dans les marges urbaines et réglementaires, un intérêt se développe chez les acteurs institutionnels et économiques pour ce dispositif. Se développent ainsi des projets de lieux éphémères sous commande institutionnelle tels que les Grands Voisins (Ville de Paris) ou Grand Train (SNCF) mais également de grandes consultations lançant un appel à l'innovation urbaine et mobilisant un registre sémantique et de pratiques proche de celui des acteurs de ces lieux : Hack'archi de la Caisse des Dépôts, Gare Remix à Lyon, Réinventer Paris, etc.

Les tiers-lieux semblent répondre à une aspiration à des formes démocratiques et d'engagement renouvelées, issues de la culture du numérique (Lallement 2015; Cardon 2010) et s'accompagnent d'une forme de projet économique dit collaboratif. Or, les travaux d'Antoine Burret (Burret 2015) sur les acteurs tiers-lieux avec la figure du « néo-entrepreneur » (p.81), mais également ceux de Dominique Cardon (2010) portant sur la communauté *Open Source*, soulignent l'ambivalence du discours et des actions de ces acteurs pour porter un changement collectif. Les deux auteurs montrent ainsi que l'engagement de ces acteurs tend à se réduire à une échelle individuelle pour améliorer leurs propres conditions d'existence. De même, Michel Lallement parle des « tensions fondatrices » chez les *makers* entre culture du *hacking* et lien avec les grandes entreprises de la Silicon Valley.

Par ailleurs, si les premiers tiers-lieux, notamment les *hackers spaces*, ont été pensés comme des espaces alternatifs voire libertaires, on assiste actuellement un mouvement d'institutionnalisation et

¹ Cette thèse est réalisée dans le cadre d'un contrat CIFRE à la Fabrique des Territoires Innovants avec le soutien de la mgen. Elle est dirigée par Agnès Deboulet à l'Université Paris 8 (LAVUE, UMR 7218).

de mise en marché de ces espaces². En témoigne notamment l'initiative French Tech, une démarche d'appel à labellisation des pôles métropolitains innovants, lancée en 2014 par Fleur Pellerin, alors ministre déléguée chargée des Petites et moyennes entreprises, de l'Innovation et du Numérique. A l'instar des « confluences perverses » étudiées par E. Dagnino (2007) sur la citoyenneté, la mobilisation de ces tiers-lieux n'est pas sans soulever un certain nombre d'ambivalences que l'on peut inscrire dans la continuité de l'analyse de Luc Boltanski et Eve Chapiello (2011) avec la réincorporation de pratiques collaboratives en partie hors marché dans le marché et avec le développement d'intermédiaires de tiers-lieux (opérateurs, structures de conseils, etc.). Aussi, je me propose d'étudier, dans cette communication, la façon dont ces tiers-lieux sont mobilisés comme nouveau modèle urbain par les acteurs de l'aménagement et de l'immobilier.

Une enquête embarquée chez un acteur de l'économie collaborative

Cette communication s'appuie sur une recherche menée dans le cadre d'une thèse en urbanisme sur le rôle des acteurs de l'économie collaborative dans la fabrique de la ville. Cette recherche doctorale est menée dans le cadre d'un contrat Cifre³ au sein d'un *think-and-do-tank* de l'innovation sociale. Dans cette recherche, je m'intéresse à l'émergence de ces acteurs dans le marché urbain autour du mot d'ordre de l'innovation sociale. Ils ont en commun de mobiliser des logiques d'actions entrepreneuriales tout en souhaitant porter un certain nombre de valeurs et d'engagements telles que la participation, la collaboration, etc. L'objet de ma recherche est notamment de comprendre la façon dont ces acteurs privés font évoluer la fabrique de la ville sur les méthodologies de projet (notamment le *design thinking*) mais également sur le développement de nouveaux modèles tels que les tiers-lieux. Elle s'intéresse plus particulièrement aux tensions et ambivalences que leurs actions portent.

Au sein de cette entreprise, j'ai été amenée à suivre le projet dans le cadre d'un partenariat avec un *think-tank*, dédié aux pratiques du numérique. Il s'agit d'un dispositif de prospective⁴ proposant de s'interroger sur les tiers-lieux et leur caractère d'espaces partagés comme « *nouveau paradigme*⁵ » pour faire la ville. Ce dispositif s'est basé sur une approche procédurale avec l'organisation d'une dizaine d'ateliers de juillet 2015 à septembre 2016 en s'appuyant sur les méthodologies dites

² A ce sujet, voir les travaux de thèse de Flavie Ferchaud sur les *hackers spaces* et *fab labs* ; ainsi que ceux d'Alexandre Blein sur les opérateurs d'espaces de *co-working*.

³ Conventions Industrielles de Formation par la REcherche

⁴ Ce programme intitulé SoftPlace a été réalisé par la Fing et la Fabrique des Territoires Innovants, partenaire du dispositif.

⁵ Termes relevés dans mes notes de carnet de terrain, Atelier Connecteur recherche n°2, 9 septembre 2015.

« créatives » ou du *design* avec : deux ateliers dits « connecteurs recherche » qui avaient pour objectif de croiser des interventions de praticiens et de chercheurs ; un atelier dit « scénario extrême » qui avait pour objectif de pousser au paroxysme certaines tendances existantes⁶ ; cinq ateliers territoriaux (deux à Paris dans le 19^{ème} ; deux à Marseille sur le deuxième périmètre d'Euroméditerranée ; un sur le territoire de la Lozère) qui avaient pour objectif d'appliquer les réflexions sur l'hybridation des lieux en lien avec des enjeux locaux ; puis à un atelier de restitution. Ce dispositif est conduit selon des méthodologies de *design thinking* qui vise avec une approche procédurale à faire converger l'ensemble des participants vers la production d'un livrable autour d'une position commune (Landon 2015). Les échanges et le cadrage des ateliers sont souvent orientés vers la recherche d'un consensus, laissant peu de place à l'interrogation des tensions.

Cette enquête s'appuie donc sur ma participation à ces ateliers menés par ce *think-tank* (à l'exception de l'atelier territorial sur la Lozère qui a été mené par mon entreprise d'accueil). Par ailleurs, j'ai participé à 2 comités de pilotages et plusieurs réunions préparatoires. J'ai complété mon enquête par une dizaine d'entretiens avec les commanditaires du dispositif. Ce cadre de contrat CIFRE me place dans une situation d'enquête par observation. Pour reprendre la classification de G. Lapassade (2002), il s'agit plus spécifiquement d'une observation participante complète par opportunité. Cette recherche s'appuie également sur ma participation à d'autres projets de l'entreprise, ce qui me permet d'avoir des échanges informels avec des acteurs de lieux tels que les Grands Voisins ou la Friche de la Belle de Mai ainsi que d'observer à des événements portés par des acteurs de l'économie collaborative.

Ouvrir la boîte noire du tiers-lieu

Un idéal type pour penser l'espace public

A la fin des années 90, un sociologue américain, Ray Oldenburg (1989), propose le concept de « tiers-lieu » pour penser le développement d'espaces de sociabilité locaux. Il constate que les espaces publics se sont raréfiés aux Etats-Unis, liés au développement de la *suburb automobile*. Il décrit la ville américaine comme limitée au *first place*, le lieu du domicile et au *second place* le lieu du travail entre lesquels on se déplace en voiture. Pour Ray Oldenburg, il faudrait donc développer un *third place*, c'est-à-dire un espace de sociabilité qui ne soit ni le lieu de travail et ni celui du domicile. Il

⁶ Pour exemple voici deux intitulés de scénarios extrêmes qui ont été proposés lors de cet atelier : « La fin des lieux fixes : "Que des milliers de lieux mobiles et itinérants s'épanouissent" » ; « Les lieux partagés, outil miracle des politiques territoriales ».

développe donc une forme d'idéal type en s'appuyant sur une analyse des espaces de sociabilité européens comme le café français, le *bierstube* allemand ou encore la *taberna* italienne. Théorisé à l'origine comme un manifeste pour développer les espaces publics dans les villes américaines, le concept de tiers-lieux va être largement repris et diffusé. Dès la fin des années 90, Starbucks se réapproprie cette notion pour développer une image de marque à destination de ce que Richard Florida (2002) appellerait la classe créative et répondre ainsi à des usages émergents du travailleur indépendant, en recherche d'espaces de travail et de sociabilité. Ce concept de tiers lieu s'est importé de la même manière en France dans les années 2000 avec le développement du travail indépendant (Burret 2015). Par ailleurs, le mouvement du « faire » issu des communautés *hackers* étudié par Michel Lallement (2015) a également largement contribué au développement d'espaces collaboratifs liés à des usages du numérique. Aujourd'hui, le terme est utilisé pour désigner une grande diversité d'espaces (*coworking*, *fab-lab*, *hackerspaces*, ressourcerie, etc.) dont le point commun est de valoriser les pratiques dites collaboratives : une organisation horizontale, une logique de partage des biens et non plus de propriété, des compétences basées sur le « faire » et l'action.

Saisir le développement d'un nouveau modèle de l'urbain

La Fing a donc lancé cette réflexion pour répondre à deux enjeux qu'ils avaient identifiés : « la menace d'obsolescence » des lieux de services face à la dématérialisation et l'émergence de lieux « plus hybrides et partagés ». Le *think-tank* proposait de s'intéresser au caractère « hybride » du tiers lieu pour imaginer comment ils peuvent être mobilisés comme des instruments socio-spatiaux à même de faire émerger de nouvelles formes de partenariats et de nouveaux usages autour de la création « d'innovation » dans les territoires. Ce dispositif était financé par plusieurs catégories d'acteurs qui ont participé à ces ateliers : des entreprises et opérateurs nationaux (La Poste, la Société Générale, Renault et Orange) ; des collectivités locales et des acteurs de l'aménagement et de l'urbanisme (Euroméditerranée, la Ville de Paris, la Communauté d'Agglomération du Grand Guéret, le département de la Lozère, Bouygues Immobilier et la Caisse des Dépôts). L'ensemble du dispositif avait pour objectif de faire participer ces financeurs et de les ouvrir à quelques acteurs des tiers-lieux (designers, architectes et professionnels du numérique).

Tenant compte de ce contexte, je propose d'étudier ce dispositif sous l'angle d'un concept mobilisé dans les études urbaines : les *best practices* mobilisées dans les études urbaines pour sa dimension critique, cette notion permet d'analyser les phénomènes d'homogénéisation des réponses apportées à la complexité des villes. Les *best practices* désignent ainsi les bonnes pratiques de projets urbains mises en avant par les agences nationales et internationales qui les prescrivent. Les gouvernements nationaux et locaux, qui les mettent en œuvre, s'y réfèrent ainsi dans une logique de compétition. Le

recours aux *best practices* vise ainsi à répondre à des injonctions nombreuses et voire antagonistes. La *best practice* repose ainsi sur la valorisation d'outils et dispositifs auxquels l'on prête des effets, supposés répliquables. Les *best practices* reposent ainsi sur des croyances dont celle d'« *une maîtrise conceptuelle universelle du processus de projets urbains où domineraient le consensus, et les stratégies « gagnantes »* » (Navez-Bouchanine et Valladares 2008, p.10). Pour autant, elles sont souvent utilisées de manière désincarnée, sans réelle prise en compte les interactions avec le système d'acteurs dans lequel on y recourt.

Si le tiers-lieu n'est pas encore mobilisé comme *best practice* en tant que tel par les institutions internationales, je fais l'hypothèse que l'on assiste actuellement à l'émergence d'un nouveau modèle qui pourrait donner lieu au développement d'une *best practice*. Comme le montre par exemple la création du label *French Tech* au niveau national, mais également la constitution de réseaux internationaux d'acteurs des tiers-lieux qui commencent à être valorisés par les agences internationales (le réseau City – Change maker par exemple). Aussi, on cherchera à s'intéresser à cette dimension en analysant le dispositif de prospective précédemment décrit en tâchant de répondre à cette question : comment ce modèle du tiers-lieu est approprié et réinterprété par différentes catégories d'acteurs et quelles tensions l'accompagnent ? En effet, comme le soulignent Laurent Devisme, Marc Dumont et Elise Roy, « *les bonnes pratiques ne peuvent être isolées de situations d'action desquelles elles tiennent une part notable de leur légitimité, de leur opérationnalité* » (2008, p.23). Nous prendrons donc le dispositif mis en place par le *think-tank* évoqué précédemment comme une situation d'action dans laquelle se fabrique mais également se concrétise ce modèle du tiers-lieu chez les acteurs du dispositif qui le mobilisent.

Circulations et agencements de la notion de tiers-lieu dans ce dispositif

Un marché immobilier émergent à forte valeur en terme d'image

Le tiers-lieu suscite un intérêt croissant chez de nombreux acteurs de l'aménagement et de l'immobilier. Aussi, les organisateurs du dispositif ont proposé à des entreprises en « réseau » (entreprises qui ont une couverture nationale du territoire) de réfléchir à la façon dont les tiers-lieux pouvaient leur permettre à la fois d'accompagner l'évolution des métiers vers le numérique et de trouver de nouveaux modèles économiques pour assurer le maintien des agences sur l'ensemble du territoire.

Le tiers-lieu, levier de modernisation des entreprises de service en réseau ?

La Poste, intégrée dans ce dispositif, est ainsi régulièrement citée et valorisée par les organisateurs du programme comme l'exemple type de l'entreprise en réseau qui pourrait développer de

nouveaux services dans ces agences pour assurer son maintien et faire évoluer ses métiers. Son cas est régulièrement mobilisé dans les ateliers en groupe visant à imaginer des « hybridations » entre des lieux. Pourtant, lors d'un des tout premiers ateliers (l'atelier Connecteur recherche n°2), la cheffe de projet de la Poste a souligné que ce besoin de modèle économique pour maintenir les agences ne concernait que très peu de locaux, généralement situés en espaces ruraux, et que d'autre part, le métier des facteurs avait déjà subi de très fortes évolutions ces dernières années. En revanche, plusieurs acteurs du dispositif mettent en avant le développement d'un nouveau marché immobilier des bureaux partagés destinés aux indépendants. La cible est une clientèle de start-ups et indépendants, ainsi que pour la location d'espaces d'événements pour entreprises. Le modèle économique repose sur de la valorisation immobilière d'espaces de bureaux en utilisant l'image positive des tiers-lieux :

« On prend des vieux immeubles, un peu obsolètes, on leur redonne de la valeur sociétale, et après on les exploite. »⁷

Ces lieux se concentrent dans des métropoles urbaines denses mais plusieurs acteurs de l'immobilier identifient un marché émergent en zone péri-urbain. C'est le cas de la Caisse des Dépôts qui investit pour soutenir le développement du réseau d'espace de bureaux partagés en zone périurbaine. Lorsque l'on aborde les pratiques collaboratives, elles sont envisagées sous un angle uniquement marchand afin d'assurer le modèle économique réputé fragile de ces lieux :

« On peut tout mettre comme activités, on peut mettre une crèche, une piscine, un cinéma, mais quel est le modèle économique ? [...] Quand il y en a une [activité] qui est rentable qui finance l'autre qui n'est pas rentable, elle ne va plus être rentable. [...] Ce n'est pas non plus des poules aux œufs d'or. »⁸

Un outil marketing de revalorisation immobilière

Ici, ce que mobilisent les acteurs de l'immobilier est d'abord plutôt de l'ordre de l'image positive de lieux destinés à la classe créative que du modèle organisationnel des tiers-lieux qui repose sur des pratiques collaboratives. En effet, depuis quelques années, les grands propriétaires fonciers, des entreprises comme la SNCF ou des collectivités, utilisent le développement de tiers-lieux sur leurs friches pour revaloriser ces espaces délaissés. On le voit avec le développement de lieux éphémères tels que les Grands Voisins sur une friche de la Ville de Paris ou sur plusieurs espaces vacants de la

⁷ Extrait d'entretien avec une personne de la direction Communication Marketing et Développement Durable de chez Bouygues Immobilier, le 24 juin 2016.

⁸ Extrait d'entretien avec une personne du département Villes Intelligentes à la Caisse des Dépôts et Consignations, le 26 juillet 2016.

SNCF comme Grand Train. Mais la condition semble être le caractère éphémère du tiers-lieu. En effet, le tiers-lieu est vu comme un moyen de valoriser un patrimoine immobilier vacant à moindre coût. En effet, ces lieux vont souvent permettre de faire évoluer l'image d'un quartier et d'attirer de nouvelles populations dans un quartier avant le démarrage d'un projet de requalification. Cela se traduit d'ailleurs par l'apparition d'intermédiaires de l'occupation temporaire d'espaces, tels que Plateau Urbain, dont l'argumentaire commercial vis-à-vis des propriétaires des espaces vacants repose notamment sur le caractère éphémère de l'installation.

Le tiers-lieu, outil de politiques publiques ?

Dans cette partie, je vais m'intéresser aux collectivités qui ont participé au dispositif étudié. Ici l'angle des bonnes pratiques permet en effet d'observer à un niveau local comment les acteurs vont remettre en cause des normes vues comme trop descendantes (Devisme, Dumont et Roy 2008, p.16). Cela permet donc d'envisager le modèle des tiers-lieux comme un élément permettant de remettre en cause le modèle de la French Tech développé au niveau national. Ce dernier développé pour attirer les classes créatives supposées générées l'innovation, repose sur une démarche de labellisation largement dénoncée par les animateurs et les participants du programme de prospective. Les lieux labellisés par la French Tech ont ainsi été qualifiés de « coquilles vides » ou « d'illusions totémiques » durant les ateliers. Je vais donc m'intéresser plus précisément au cas du département de la Lozère, pour voir comment ces derniers se saisissent du modèle du tiers-lieux pour remettre en cause les modèles nationaux de politique de développement économique numérique.

Le couteau-suisse des collectivités locales

Le tiers-lieu suscite de l'intérêt chez les acteurs des collectivités qui le voient comme un outil qui permettraient de répondre à de nombreux et très différents besoins : développer du lien et de la mixité sociale dans ces espaces, développer l'attractivité d'un territoire, etc. Le tiers-lieu comme outil de l'action publique s'inscrirait donc ici : à la fois dans une continuité des politiques de développement économique dans la suite des réflexions autour des clusters, des pôles de compétitivité ; etc. ; mais également dans les politiques publiques d'accès aux droits et services sociaux avec tout un tas de dispositifs : les EPN (Espace Public Numérique), les PIMMS (Point information Multimédia Multi Services), les MSAP (Maisons de Services au Public) ; etc.

Ce territoire est marqué par une réflexion de plusieurs décennies sur les transformations liées au numérique et le développement de l'attractivité économique du territoire depuis les années 90. Ainsi

la Caisse des Dépôts et Consignations a impulsé une politique de développement des télécentres dont les résultats ont été plutôt nuancés. Cette politique s'appuyait sur une vision techniciste concentré sur le niveau d'équipement informatique, l'accès à un réseau haut débit, etc., mais ces lieux ont été finalement peu appropriés et investis par des télétravailleurs (Moriset 2011).

Or depuis le début des années 2010, le territoire de la Lozère a fait évoluer son approche des lieux de travail à distance. L'agence de développement économique, Lozère Développement, et la Maison de l'Emploi ont ainsi rencontré et participé à plusieurs événements organisés par les écosystèmes des acteurs du numériques et des tiers-lieux.

« En 2013, on est allé à la semaine des tiers-lieux organisés par Tilios. [...] On a débarqué là-dedans, on n'y connaissait rien à ces problématiques de tiers-lieux et on a été fasciné par les réflexions et par les gens qui étaient là à ce moment. [...] Nous, ça nous a fait un peu tilt avec [ma collègue de la Maison de l'Emploi et de la Cohésion Sociale], du coup, on a voulu faire un peu comme eux, on a monté un bar camp, on a essayé de ne pas trop se prendre la tête sur l'équipement, mais plutôt sur la chaleur humaine. »⁹

La « culture tiers-lieu », une démarche de mise à niveau

Suite à cet événement, ils ont ainsi impulsé une stratégie destinée à opérer une transition sur une douzaine de lieux préexistants pour passer à la culture tiers-lieu afin de développer l'attractivité du territoire. L'objectif étant d'attirer de nouvelles catégories de population sur le territoire, des travailleurs indépendants qui souhaiteraient venir « se mettre au vert ». Peu de données chiffrées nous permettent de dire si cet objectif a été atteint. Mais l'observation et les entretiens révèlent surtout une attention portée à l'image du territoire avec ce passage à une culture du tiers-lieu avec une forte volonté de mise à niveaux et d'affichage d'une culture numérique en espace rural.

[Pourquoi avoir voulu développer cette culture des tiers-lieux ?] « Etre en phase d'être avec les mouvements numériques mais aussi d'être en phase avec l'extérieur. D'être identifié par les gens de l'extérieur. C'est aussi important de changer la vision, de montrer qu'on est dans la modernité. Ne pas passer pour des... Pour dire qu'on n'est pas à la traîne.¹⁰ »

On le voit avec cet extrait d'entretien avec l'une des personnes participant à la mise en œuvre de cette stratégie, le tiers-lieu est finalement mobilisé dans un objectif de marketing territorial. Il permet ainsi de valoriser le territoire rural comme inscrit dans la modernité.

⁹ Extrait d'entretien avec une personne de l'agence Lozère Développement, le 17 juin 2016.

¹⁰ Extrait d'entretien avec une personne de la Maison de l'Emploi et de la Cohésion Sociale, le 27 juin 2016.

« En ruralité, on a toujours gardé ce côté mutualisé, bar du coin, où tu fais un peu tout en même temps. Maintenant on l'a transposé dans d'autres espaces mais pour le territoire c'est des choses qui ont toujours existé.¹¹ »

Ainsi, ce qui est mis en avant à travers les tiers-lieux, c'est également la revalorisation de pratiques collaboratives préexistantes à travers les tiers-lieux.

Répondre au développement de la commande autour de l'innovation sociale

Ajouter la « couche numérique » au projet urbain

Enfin les tiers-lieux ont été présentés dans le dispositif comme un nouveau modèle d'aménagement pour les aménageurs et les promoteurs. Ils permettraient de répondre à des commandes variées : développement d'écosystèmes innovants et/ou numériques, d'innovation sociale mais également de participation. Ainsi deux des ateliers territoriaux qui se déroulaient à Marseille ont été organisés pour nourrir la réflexion de l'établissement d'aménagement Euroméditerranée et du promoteur Bouygues Immobilier sur le second périmètre de restructuration de l'opération Euroméditerranée

En effet, la réalisation de la première tranche de cette opération a fait l'objet de nombreuses critiques et contestations suite aux démolitions et expulsions d'habitants les plus précaires sur ce périmètre. Le second périmètre abritant un quartier populaire, Les Crottes, l'aménageur et le promoteur souhaitent réfléchir à comment utiliser le tiers-lieu comme un espace de rencontre entre cette population habitante précaire et les nouvelles populations de classes moyennes supérieures qu'ils souhaitent attirer. Un des ateliers a donc été conçu pour réfléchir à comment revaloriser les cultures populaires du bricolage à travers la culture *Makers*. Il s'agissait donc d'imaginer comment l'on pouvait ajouter une « couche numérique » au marché aux puces présent sur le site. Pourtant en parallèle de ces ateliers sortaient dans la presse de nombreux articles indiquant la menace de démolition de ce marché aux Puces par l'aménageur.

La *smart city* : le tiers-lieu comme passage du « techno » au « soft »

Ce qui ressort finalement des entretiens avec ces acteurs, c'est que le tiers-lieu est vu comme un moyen de répondre à l'évolution d'une commande publique qui est passée d'une demande d'innovation technologique à celle d'innovation sociale avec toutes les ambiguïtés que cela suppose. Il s'agit donc de remettre en cause l'approche « techno » de la *smart city* pour impulser de la participation, de la mixité sociale mais également de « l'animation » de quartier. A ce sujet, une des

¹¹ *Ibid*

personnes de Bouygues Immobilier explique ainsi que les collectivités faisant face à une baisse des dotations publiques, le rôle qu'elles délèguent aux acteurs privés est de plus en plus étendu et se concentrent aujourd'hui sur des objectifs sociaux.

« Nous on est plus seulement un opérateur immobilier qui fait son boulot et puis qui s'en va, on crée de la dynamique urbaine, on travaille beaucoup sur le quartier. On crée aussi de l'attractivité et de l'animation. [...] Les villes sont demandeuses et en même temps veulent garder la main et en même temps plus l'argent, ni les compétences. On a plus trop le choix donc il faut arriver à le faire ensemble. [...] Moi je pense que l'animation est fondamentale, c'est ce qui va devenir très important.¹² »

L'animation et l'innovation sociale deviennent ainsi un moyen de contourner les difficultés de la participation, le tiers-lieu devenant ainsi un dispositif présenté comme intrinsèquement participatif et démocratique.

Conclusion

Si l'approche procédurale adoptée pendant ce programme et reposant sur les méthodologies du *design thinking* a permis un relatif consensus, l'enquête soulève finalement des conceptions très différentes de ce que revêt le tiers-lieu. Nous pouvons provisoirement les regrouper en deux catégories : une approche instrumentale, où le tiers-lieu devient un outil avec une grande diversité de qualités inhérentes au dispositif et une approche marchande, où le tiers-lieu devient un outil marketing véhiculant une image de modernité.

Or le modèle du tiers-lieu suscite au moins trois limites qui ont été écartées des débats lors de ce dispositif. La première concerne la valorisation des nouvelles formes de démocratie autour du tiers-lieu. Censés être accessibles à tous, les ethnographies¹³ réalisées dans ces espaces, pointent l'homogénéité des usages, qui sont souvent soit des groupes issus de la culture *geek*, soit de jeunes diplômées avec un niveau d'études élevée et qui souhaitent faire évoluer l'organisation du travail. Dans les deux cas, ce sont majoritairement des hommes, blancs et jeunes qui investissent ces tiers-lieux. En effet, les pratiques collaboratives qui se déroulent dans ces lieux reposent souvent sur des compétences pointues et spécifiques autour du numérique et du « faire ». Elles s'appuient

¹² Extrait d'entretien avec une personne de la Direction Communication Marketing et Développement Durable chez Bouygues Immobilier, le 24 juin 2016.

¹³ Voir notamment à ce sujet, les travaux de thèse de Flavie Ferchaud.

également souvent sur une culture entrepreneuriale. Ces lieux pensés comme des espaces de démocratie locale s'avèrent donc ainsi peu accessibles à tous.

Par ailleurs, le développement de ces lieux s'accompagne d'un discours autour des pratiques collaboratives les situant hors marché : le *do it yourself*, l'échange et le don, l'apprentissage pair-à-pair. Mais l'importante place des acteurs privés marchands dans ces espaces (notamment les grands groupes) interroge les formes de démocratie urbaine qui se développe dans ces lieux. En effet, l'on voit au contraire se développer des pratiques de réintermédiation : avec le développement de l'économie de plateformes, d'opérateurs de lieux et de nouveaux métiers d'intermédiaires tels que Plateau Urbain. Cette tendance, qui se développe, de manière plus générale dans l'économie collaborative, va d'ailleurs jusqu'à marchandiser des échanges qui se situaient jusque-là hors marché.

Finalement, la dernière limite vient avec l'institutionnalisation des tiers-lieux comme nouvel outil des politiques publiques. Se développe ainsi une approche normative des tiers-lieux qui risque de leur faire perdre leur dimension collaborative. Mais surtout ce qui s'est révélé lors des entretiens et des différents ateliers, c'est la non-prise en compte dans ce programme du modèle organisationnel du tiers-lieu et de ses effets de transformation. Les tensions profondes qu'il peut susciter restent une forme d'implicite et de non-dit de ce processus.

Bibliographie

BOLTANSKI Luc et CHIAPELLO Ève, 2011, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.

BURRET Antoine, 2015, *Tiers lieux : et plus si affinités*, Limoges, Fyp éditions, 176 p.

CARDON Dominique, 2010, *La démocratie Internet : Promesses et limites*, s.l., Seuil, 102p.

DAGNINO Evelina, 2007, « Citizenship: a perverse confluence », *Development in practice*, 2007, vol. 17, n° 4-5, p. 549-556.

DEVISME Laurent, DUMONT Marc et ROY Élise, 2008, « Le jeu des « bonnes pratiques » dans les opérations urbaines, entre normes et fabrique locale », *Espaces et sociétés*, 2008, vol. 131, n° 4, p. 15-31.

FLORIDA Richard, 2002, « The rise of the creative class, and how it is transforming work, leisure, community and everyday life », New York, 2002.

LALLEMENT Michel, 2015, *L'âge du faire : hacking, travail, anarchie*, Paris, Editions du Seuil, 448 p.

LANDON Aurélie, 2015, « De la participation au design thinking, la participation saisie par la nébuleuse des « entrepreneurs militants » », Paris, GIS Démocratie et Participation.

MORISSET Bruno, 2011, *Développer l'économie numérique dans les territoires ruraux français : une ère nouvelle pour les télécentres ?* Univ. Jean Moulin - Lyon 3.

NAVEZ-BOUCHANINE Françoise et VALLADARES Licia, 2008, « Éditorial », *Espaces et sociétés*, 8 février 2008, n° 131, p. 9-13.

OLDENBURG Ray, 1989, *The great good place: cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*, New York : [Berkeley, Calif.], Marlowe, 336 p.