

# GEOCARREFOUR Volume n°82 (2007)

## Appel à contribution

### Call for papers

**La ville événementielle: temps de l'éphémère et espace festif**

***The factual city: short-live time and festive space***

(version anglaise disponible sur le site de la revue [www.geocarrefour.org](http://www.geocarrefour.org))

**Editeur invité :** Philippe Chaudoir, [philippe.chaudoir@univ-lyon2.fr](mailto:philippe.chaudoir@univ-lyon2.fr).

Les grandes agglomérations occidentales semblent, depuis déjà quelques années, être le lieu privilégié de manifestations événementielles et festives. Dans le même temps, l'analyse historique nous montre que notre époque se spécifie plutôt par une perte de la pratique festive populaire. La fête contemporaine est bien souvent manifestation ou événement festif, ludique, en rupture avec les dimensions rituelles et symboliques qui pouvaient caractériser la fête traditionnelle. De manifestation d'un rythme ample et mythique, celle-ci fait donc aujourd'hui plutôt événement dans le quotidien. De la célébration d'un ordre, elle se structure surtout autour de la constitution de communautés éphémères, à la fois locales et prises dans les logiques de la globalisation.

Le contexte d'émergence de cette ville événementielle doit sans doute s'interpréter au regard de mutations convergentes concernant tout autant des registres sociaux qu'économiques, politiques ou spatiaux.

À ce titre, il convient sans doute de relever les évolutions qui concernent :

- une ville de plus en plus « immatérielle » ;
- des relations sociales soumises à une individualisation croissante amenant au constat d'un lien social en crise ;
- des formes de compétitions économiques qui se déclinent du local au global ;
- une tension entre formes de repli communautaire et diversité culturelle ;

Ce numéro peut alors être l'occasion d'approfondir la réflexion sur deux aspects :

**D'une part celui des relations entre dynamiques économiques, développement urbain et substrat culturel des villes.**

On connaît les travaux controversés de Richard Florida sur les travailleurs du savoir et les facteurs d'attractivité de la main-d'oeuvre technologique dans les grandes villes en terme de « villes créatives » et le succès que ce propos a pu avoir notamment outre-atlantique. Dans des termes certes différents, le discours politique semble entériner certaines de ces hypothèses. À cet égard, et pour ne prendre que l'exemple français (Lille 2004, Lyon et Saint-Etienne) les grands événements urbains et les formes de « médiatisation » patrimoniale ne relèvent-ils pas de stratégies de valorisation où les arts et la culture peuvent sembler soumis à des formes d'instrumentalisation au seul service de l'attractivité des agglomérations.

Pourtant, comme l'énonce Alain Bourdin, « l'idée d'une interaction entre des acteurs de l'économie, de l'activité intellectuelle et de la création culturelle est au moins digne d'intérêt ».

Il s'agit donc ici d'explorer, dans le cadre des villes conçues comme nouveaux territoires culturels, le rôle que les acteurs de la création et de l'innovation peuvent avoir en terme de dynamiques économiques et de développement urbain.

**D'autre part, celui des mutations de l'action publique et collective territoriale en interrogeant ce qui semble être une triple injonction, celle qui suppose tout à la fois :**

**- De maintenir la cohésion tout en s'ouvrant à la diversité.**

Au plan interne, c'est à partir des thématiques du développement dans toutes leurs formes : développement local, économique, social, voire culturel, qu'apparaît la sortie d'un certain modèle unitaire de l'action publique et la reconnaissance, de fait, de hiérarchies territoriales et d'une diversité de publics.

Ainsi, paradoxalement, la prise en compte de ces diversités et la sortie d'un modèle homogène de l'action publique pose la question de **comment reconnaître la diversité tout en maintenant la cohésion ?**

**- De soutenir le développement endogène dans une volonté de renforcer le lien social.**

Au plan interne, là encore, chaque ville dispose de ressources endogènes : sa géographie et son histoire, sa population et sa culture, son économie...

Ces potentialités territoriales constituent une des bases sur lesquelles peut s'appuyer tout autant un développement qu'une identité collective propre à le soutenir.

Ainsi les villes sont amenées à étayer le tissu associatif et culturel dans l'optique de maintenir le lien social, à appuyer les initiatives et les cultures urbaines, à créer des événements rassembleurs générateurs d'un potentiel identitaire.

**- De vouloir valoriser la ville de manière externe pour s'inscrire dans les logiques concurrentielles** au risque, cette fois, d'un élitisme à travers les thématiques de l'image et du rayonnement de la ville.

La question centrale est, cette fois, **comment se positionner face à la multiplicité des registres territoriaux, dans une perspective à la fois nationale et européenne (voire internationale) ?**

L'action publique locale est donc prise dans une triple injonction : développer ses territoires à partir de leurs ressources endogènes, se positionner face à d'autres territoires partenaires ou concurrents, maintenir la cohésion sociale. Cette triple injonction constitue le fondement d'un nouveau champ de légitimité complexe qu'il s'agira ici d'approfondir.

La revue encourage vivement les auteurs étrangers, même non francophones, à soumettre des propositions en anglais, qui seront éventuellement publiées en anglais ou traduites.

Les articles seront examinés par deux évaluateurs anonymes désignés par le comité de rédaction.

La date limite de réception des articles est le 15 mai 2007.

Les auteurs intéressés ont intérêt à prendre contact avec le coordonnateur du numéro [philippe.chaudoir@univ-lyon2.fr](mailto:philippe.chaudoir@univ-lyon2.fr)

Les propositions suivront impérativement les consignes de présentation (textes et illustrations) ainsi que l'ensemble des informations relatives à la publication sur le site : <http://www.geocarrefour.org>.

Elles seront transmises par courriel au secrétariat de rédaction de la revue ([buisson@univ-lyon3](mailto:buisson@univ-lyon3)) ainsi qu'au coordonnateur de ce numéro.