

L'économie urbaine des mondes de la musique

Le district rap marseillais

Gilles Suzanne

Le développement urbain de Marseille s'accomplit depuis une vingtaine d'année en référence à l'idéologie de la ville-technopôle. L'investissement est dirigé vers une zone limitée au sein de laquelle des synergies vont se développer jusqu'à entraîner toute l'économie métropolitaine. Les chantiers d'Euro-méditerranée en bord de mer succèdent à ceux du pôle technologique sur le plateau de Château Gombert. Mais, la question urbaine, le couplage entre croissance économique et cohésion sociale, peut-elle se résumer à penser les projets de ville seulement à travers l'accomplissement de fonctions techno-économiques (production, distribution,...) ? N'avons-nous pas plutôt intérêt à observer la ville au prisme des associations originales que les acteurs aménagent entre ces fonctions ? Cela signifie dès lors que différents types d'économies urbaines apportent leur contribution à la croissance économique et urbaine de la ville. Les activités culturelles et artistiques sont exemplaires de types de production et d'innovation qui tirent toute leur vitalité de l'articulation entre des imaginaires venus du dehors et des ressources accumulées dans la ville. Et de ce point de vue, Marseille est devenue ses vingt-cinq dernières années une place importante de la créativité artistique nationale. Nos récents travaux sur les scènes musicales marseillaises (Bordreuil J.-S., 2003), nous indiquent que cette créativité compte dans la ville comme forme de reconversion durable des fonctions urbaines anciennes et comme bassin d'innovation et de compétitivité. Quels acteurs et quelles compétences ont été mobilisés pour transformer les investissements productifs des acteurs de la scène musicale en résultats esthétiques et économiques ? De quelles formes de continuités leurs schémas productifs ont-ils procédé ? Et, comment ont-ils déployé ces configurations productives à différentes échelles du territoire ? En quoi et comment ces dynamiques sociales, urbaines, économiques et esthétiques ont-elles renouvelé non seulement l'image de cette ville mais également la manière dont elle se pense elle-même ? Dans quelle mesure ces économies urbaines liées au développement des mondes culturels ont-elles eu des incidences sur les acteurs

qui y participent et sur les mentalités propres aux métropoles contemporaines ?

Le chantier sonore marseillais

À Marseille, la scène rap actuelle, au contraire de ce que l'appellation générique *rap marseillais* laisse entendre, n'a rien d'homogène. Derrière le son marseillais s'activent au moins trois générations de *performers* qui apportent chacune leur touche singulière à ce standard musical¹. Des premiers pas de ceux qui deviendront IAM dans les années 1980 aux derniers enregistrements de *Psy 4 de la Rime* au tournant des années 2000, en passant par les albums de la *Fonky Family*, les vingt dernières années de rap à Marseille ont vu les formules musicales propres au genre se succéder sans se ressembler. La ville, portée par ces groupes phares, et tout autant par les centaines de formations musicales dont ils ont émergé, s'est en effet rendue remarquable par la profusion des sons qui s'en sont extraits. Les centaines d'albums produits ou auto-produits et les millions d'exemplaires vendus l'attestent. Une esthétique rap aux mille facettes s'est forgée à Marseille, de la gravité et du mysticisme du rap conscient d'IAM, à la dureté et la noirceur du rap contestataire de la *Fonky Family*, en passant par la sensibilité et la nervosité de *Psy 4 de la Rime*. Un faisceau de qualités esthétiques et de savoir-faire, exploration poétique originale du champ lexical français et des conventions prosodiques et musicales, qui ont fait de Marseille un véritable gisement créatif. Mais le

1. Nous employons ce terme pour qualifier ceux d'entre eux qui, au-delà d'être les dépositaires d'une pratique culturelle, se sont emparés des cadres sociaux et esthétiques de cette musique pour la réaliser différemment... Pour la «performer» et pas simplement l'énoncer à l'identique.



Geoffroy Mathieu / Editing

Marseille, vieux port, le Pharo

rap de Marseille, qu'on l'envisage comme œuvre singulière ou comme bien culturel reproductible, peut-il être réduit au génie des lieux ou à celui de ses créateurs ?

Il semble plus juste de penser le rap marseillais sur le modèle du chantier pour lequel on mobilise les ressources et les compétences pour un temps donné. Un chantier qui regroupe un ensemble d'activités, et entre autres économiques, qui émergent de coopérations sociales, de mobilisations relationnelles et collectives, dans lesquelles il prend sens. En d'autres termes, le rap marseillais est un ensemble d'acteurs, de réseaux de coopération, de modalités de mobilisation sociale, de dispositifs institutionnels, qui organisent des territoires productifs et placent en leur centre ses créateurs et leurs sonorités.

Si l'histoire culturelle de ce chantier musical reste à compléter, elle est à présent en partie connue (Suzanne G., 2005). C'est sur les ondes des radios libres, puis aujourd'hui dans les studios des radios associatives et commerciales, que les rappeurs marseillais ont expérimenté et fait entendre leurs formules musicales. Débordant leurs enceintes, ces recettes musicales ont gagné rapidement d'autres scènes

publiques. Elles se sont fait une place sur les rares scènes musicales du centre-ville (*MJC Corderie* et *Maison Hantée*) et dans les colonnes des fanzines et des journaux culturels (*Journal Culturel Vé*) encore actifs dans les années 1980. Entre temps, le rap s'est déployé dans la programmation des scènes labellisées – le *Café-musiques l'Affranchi*, spécialisé dans la diffusion du hip hop, en est l'illustration –, dans celle de nombre des cafés-concerts du centre-ville marseillais et à la faveur des rap parties, des tremplins et des festivals organisés par le milieu associatif local². Ces salles de concerts et autres occasions de diffusion sont encore à l'heure actuelle le principal débouché de la créativité rap. Avant d'y tomber dans les oreilles attentives d'amateurs sensibilisés au rap par la diversité des usages sociaux qu'ils en ont (sur scène et sur cassette, *via* Internet et en concert, sur support DVD ou entre apprentis *performers*, etc.), le rap passe entre les mains compétentes d'opérateurs locaux (ingénieurs du son, graphis-

2. Marseille a compté jusqu'à une trentaine de café-concerts et des festivals de renom tel que *Logique Hip Hop* ou *Marsatac*.

tes, etc.) qui savent tirer la quintessence de ces sonorités dans le contexte que propose chacun de ces formats d'écoute.

Il s'agit là de centaine d'acteurs qui font de Marseille une place performative. Cette planète rap est tout à la fois un laboratoire à ciel ouvert dans lequel se cultivent savoir-faire et innovations esthétiques, un conservatoire au grand air où l'apprentissage du métier est avant tout collectif (qu'il s'agisse de *battle*, de *featuring* ou de *free style*³) et un terrain d'entraînement sur lequel la première des valeurs est de participer à la dynamique musicale d'ensemble en faisant la ronde des studios d'enregistrement ou des salles de concerts.

De ce point de vue, le son *made in Marseille*, cette griffe sonore locale, ce style innovant du standard musical marseillais, cette esthétique rap, est également une activité sociale dont il reste à savoir quel type d'organisation économique et territoriale elle suscite. Comment en effet peut-on rendre compte des activités liées au rap au prisme des mondes sociaux et professionnels qu'elles recouvrent ? Dans quelle mesure la teneur productive du milieu rap tient-elle à la capacité entrepreneuriale de certains de ses acteurs ? Quels types de continuités entre ces sphères performatives et celles commerciales de l'industrie du disque ces entrepreneurs organisent-ils ? Selon quelles sortes de modes d'arrimages concrets ces continuités s'opèrent-elles ?

La dimension productive du rap marseillais

Les membres d'IAM ont été les premiers à faire de Marseille et de son activité rap une place productive. La méthode tient en trois points. D'une part, un réinvestissement partiel des retombées financières du succès commercial de leurs trois premiers albums signés chez *Delabel* (*Virgin*) dans la promotion de la scène locale et dans leur auto-production. D'autre part, en une rationalisation de leur position dans le champ des professionnels du disque pour rechercher et passer des accords commerciaux avec des distributeurs (comme *Virgin*) qui puissent écouler leurs productions indépendantes. Et, enfin, dans la constitution d'équipes opérationnelles composées de membres cooptés dans des entours sociaux resserrés : le frère d'Akhenaton, MC d'IAM, tenant le rôle de *manager* du groupe, son épouse celui de directrice du label, des amis celui d'associés. Le tout réuni pour produire des groupes qui frayent depuis longtemps dans le sillage d'IAM, collègues des débuts et compagnons de route. Selon ces préceptes, le groupe fonde, dès 1997, son premier label, *Côté Obscur*, autour de la production et de l'édition des premiers albums de la *Fonky Family* et du 3^e *Œil*. Et, dans l'année qui suit, lance plusieurs autres labels, *Sad Hill*, *Kif Kif*, *361 Records*, qui connaissent des destinées plus ou moins prospères. Certaines de ces structures de production disparaîtront sous les contraintes *marketing* et de distribution qui pèsent sur le marché du disque ; d'autres, comme *361*

Records, comptent des succès commerciaux d'importance et sont aujourd'hui parmi les labels rap indépendants les plus anciens de l'hexagone.

Depuis, le modèle fait florès. Des groupes issus des labels d'IAM, comme *Psy 4 de la Rime*, à ceux beaucoup moins médiatisés, comme *Berreta* ou *Soo Sol*, nombre de *performers* de la scène rap marseillaise suivent le même chemin que leurs mentors. Ils réinvestissent les gains de leur réussite commerciale ou leurs épargnes dans la création de labels indépendants (*TS Music*, *Section Hunter*, *Beat Vandalizm*, *Street Skillz*) et composent progressivement une constellation de sociétés de production dans Marseille qui déploient leurs activités autour de nouvelles méthodes (sortie de compilation avec clip Internet, promotion et vente en ligne, *street album* écoulé de la main à la main ou par le réseau des kiosques à journaux) et se diversifient en mordant sur d'autres secteurs productifs (le graphisme ou le stylisme).

Ici, la force de travail à l'œuvre derrière le rap marseillais est avant tout relationnelle. Elle sert de creuset dans lequel les acteurs de la production de cette singularité rap, fondent des équilibres entre les mondes urbains de quartiers ou de villes différents (comme Kheops, DJ d'IAM, qui réunit pour son premier album solo des rappers marseillais comme Def Bond et Faf La Rage et des *performers* parisiens tels qu'Oxmo Puccino ou Passi), mettent en œuvre des continuités entre les institutions publiques et les *majors* (lorsqu'ils articulent leurs activités d'ateliers d'écriture financés par le DSU à celles qu'ils mènent dans les studios d'enregistrement de *Sony* ou de *Virgin*), établissent des connexions entre la créativité des rues marseillaises et les opérateurs du marché international du disque (comme le label *Street Skillz* qui signe sa compilation chez un distributeur national). Les passes qu'ils ouvrent et franchissent entre ces mondes reposent sur des arrimages relationnels qui trouvent leurs ressources sociables dans des bandes et des cliques, des réseaux professionnels autant que sociables ou encore dans des fractions communautaires⁴.

Par conséquent, la productivité n'est pas seulement dépendante de variables économiques, elle intègre des éléments sociaux – elle a recours à des micro-segments du social, aux réseaux – et urbains. Dans Marseille, le rap a ses mythes (comme la légendaire épopée d'IAM des bancs du *Free Time*, un *fast-food* de la Canebière, à son entrée glorieuse dans les sphères du *business*), ses mentors et ses parrains (P. Subrini, à l'origine des premiers échos du rap sur les ondes des radios locales), ses hauts lieux symboliques (la

3. Un *free-style* est une improvisation lors d'un concert, une *battle* est une sorte de joute dansée, le *featuring* est le fait pour un rapper d'apparaître sur le titre d'un autre.

4. La différence entre ces formes de transversalités et celles qui caractérisent les milieux mafieux ou interlopes, réside dans le fait qu'au contraire de ces derniers, les acteurs culturels ne font pas de la violence et de la contrainte les principes d'organisation du cycle économique et des rapports sociaux qui lui servent de trames productives.



Didier Deroin / Tous ces K

Maison Hantée et les débuts de nombreuses formations dans les parages du Métro Vieux-port), ses temps de cérémonies (les rares concerts d'IAM à Marseille, les quelques festivals hip hop qui ont jalonné l'histoire locale du genre). Autant de moments et de faits qui nourrissent la mémoire collective et accumulent de la valeur sur le territoire local (Halbwachs M., 1942) dans lequel les sons rap s'ancrent et puisent les ressources symboliques qui font dire d'eux qu'ils représentent la ville et sa vitalité hip hop. Dans les sociétés locales, le rap mobilise chanteurs, musiciens, et techniciens sur ses différences d'identités et sur ses modes de vie, et récupère ces singularités (le vocabulaire marseillais, l'accent, les expressions issues des langues diasporiques de la ville, les galéjades, etc.) comme source même de production et de plus-value. On en a pour preuve le nombre incalculable d'albums qui mettent en scène le côté sud, comme les compilations *Ghetto Sud* ou *Chroniques de Mars*, et la masse de textes qui tirent toute leur originalité du récit de la vie marseillaise ou de la mise en scène de ses langages. En ce sens, la production du sujet, du fait qu'elle donne forme à des styles de vie, des goûts, des désirs... est une ressource majeure du rap marseillais, une source cruciale de valeur. C'est ce qui fait que le son marseillais a plus besoin de la métropole que de l'entreprise pour se constituer. La ville, ses mondes sociaux et leur créativité sont pour lui comme un gisement de productivité.

Ainsi, le son Marseillais est en quelque sorte le cœur actif d'un réseau d'activités professionnelles. Un atelier dans

lequel, des savoirs professionnels se cultivent (on y apprend sur le tas ce qu'implique le métier de producteur ou d'éditeur), des apprentissages collectifs de compétences professionnelles se font (comme Namor qui, après avoir signé avec une maison de disques parisienne et écumé la scène marseillaise, est à présent au centre d'un collectif de *performers* qui trouve son économie dans les ateliers de pratique musicale qu'il anime et *via* le site Internet de vente en ligne qui diffuse ces productions) et des expériences productives originales se forment (comme les anciens membres d'*Up Town* qui lancent une marque de *street wear* dont le *design* est l'œuvre des graphistes du groupe IAM et dont le parrainage est assuré par un des rappers du groupe *Prodige Namor*)⁵.

En d'autres termes, loin de se contenter de faire de Marseille une place performative, sur laquelle le tour de main local façonne singulièrement les objets musicaux, les rappers en ont fait une place productive, d'invention de nouveaux objets.

Mais la matière sonore du rap marseillais n'est ni neutre ni totalement dépendante de son contexte culturel. Si elle émerge bien de cette épaisseur sociale du local, elle demande aux acteurs, et pour exister en tant que telle, de développer d'autres compétences et d'autres savoirs que ceux qui consistent à organiser des continuités entre des mondes urbains hétéroclites.

Des continuités extra-territoriales

La mise en œuvre des différentes phases de production musicale que le rap marseillais implique, requiert de ses acteurs qu'ils arrivent au local à d'autres échelles du territoire. Aux différentes étapes du processus de production musicale correspondent ainsi des lieux différenciés (c'est IAM qui enregistre au studio *Electric Lady* de Greenwich Village ou des groupes algérois qui viennent graver leur musique dans les locaux d'un label indépendant marseillais) du seul fait que les savoirs (comme IAM qui va chercher et apprendre dans les studios de new-yorkais le « savoir sonner rap » ou les rappers dakarois et algérois qui font de même à Marseille), les figures publiques ou historiques (comme lorsqu'il s'agit

5. Pour préciser quelques traits caractéristiques du type de bassin d'activités qui s'enracine dans cette circulation des compétences, des savoirs professionnels et des expériences productives, on relèvera qu'il existe en 2006 dans les Bouches-du-Rhône trois éditeurs musicaux spécialisés dans le hip hop, neuf producteurs hip hop, une centaine de formations musicales identifiées dans ce genre musical, une dizaine d'organisateur de spectacles hip hop. Si nous étendions cette étude à d'autres genres musicaux nous aurions à l'échelle de la région PACA 23 éditeurs, 104 producteurs, 4155 formations musicales et 1414 organisateurs de spectacles. Ce qui est dans un cas comme dans l'autre, considérable en termes d'activités économiques et d'emplois. Source : ARCADE-PACA.

d'organiser des *featuring* avec des *performers* des quatre coins du monde), les compétences techniques (lorsque IAM s'associe les compétences d'ingénieurs du son nord-américains pour faire sonner machines et studios), les matières sonores (ce sont les DJ qui se rendent à New-York pour s'approvisionner en vinyles *made in USA*), les capitaux (il s'agit par exemple d'investissements étrangers dans le rap français à travers les *majors* compagnies ou la délocalisation de la production de sonneries de portable style rap en Algérie), les scènes de visibilité (comme les rappers algériens qui viennent se faire un nom en France ou les Français qui essaient de percer sur les scènes rap de New-York ou Chicago), que le rap marseillais demande de mobiliser pour être produit sont répartis sur des places urbaines éparpillées.

Une nécessité d'articulation productive rendu d'autant plus impérieuse qu'en chaque site de production, d'une part, se joue des représentations différenciées de la matière prises dans l'écheveau des histoires locales (c'est l'hédonisme et la fureur des rappers américains ou la gravité des rappers français). Et, d'autre part, se déploient des subjectivités différenciées qui font que la main-d'œuvre new-yorkaise possède d'autres particularités que celles que les rappers cultivent à Marseille (c'est le cas lorsque IAM va chercher Redman ou Methodman pour leur accent façon Bronx et leur attitude 100 % new-yorkaise)⁶.

Prise dans ces échanges, Marseille devient progressivement un des points centraux de ce réseau de circulation des sons et des hommes à des échelles plus larges. Entre Paris, Londres, New York, Alger et Marseille, chaque *featuring* devient l'occasion de renvoyer l'ascenseur (ce sont des rappers parisiens qui figurent sur les *singles* de Marseillais en retour de la présence de ces derniers sur leurs propres bandes) tout comme les albums collectifs destinés à soutenir ou édifier des causes publiques (l'album, *l'Univers des Lascars*, soutient un projet de l'UNESCO pour lutter contre la marginalisation des jeunes et la pauvreté et réunit rappers marseillais, parisiens, suisses ou montréalais) deviennent le point de chute et donc de convergence de rappers des quatre coins du monde.

Ces consistances sociales et territoriales ouvrent des espaces transnationaux qui participent de l'organisation du son rap. Des espaces circulatoires (Tarrus A., 1995) dans lesquels, s'effectuent des mobilisations productives originales créatrices de centralités urbaines (comme l'émergence de Marseille comme ville rap) ; se structurent des flux économiques qui s'enchevêtrent avec ceux déjà existants de l'industrie du disque (c'est le cas des rappers qui assurent entre eux des *featuring* en dehors des droits contractuels qui les lient aux *majors* ou lorsque *Psy 4 de la Rime* écoule plus de 200 000 albums au sein d'un label indépendant marseillais en pleine crise du disque⁷), du communautaire (en assurant des *featuring* les rappers se jouent de leur appartenance à des cliques locales en même temps qu'ils nuancent de fait la force d'inertie de ces enracinements) ou du professionnel (le rap trace d'autres routes que le jazz ou le raï) ; et enfin,

s'ajoutent des flux esthétiques au paysage sonore rap déjà mondialisé.

Cette double emprise locale et extra-territoriale du son marseillais révèle des dynamiques sociales, économiques et spatiales complexes ; ou, du moins, plus intriquées que le face-à-face État/entreprises indépendantes, majors/labels indépendants, Marseille/Paris, ne les laisse transparente⁸.

Un nouveau format productif pour de nouveaux entrepreneurs culturels

L'agencement d'une telle hétérogénéité d'acteurs, de matières sonores, de compétences..., dans le cycle productif du son rap impose progressivement les rappers – souvent vu comme marginaux, bohèmes romantiques ou petites mains du capitalisme mondial – comme figures emblématiques de ces économies urbaines. Des configurations productives qui fonctionnent comme des cadres collectifs qui donnent sens aux actions de ceux qui y participent et que les producteurs de son rap élaborent minutieusement en combinant différents types de savoir-faire (celui des professions libérales, celui des artisans, celui des intellectuels...), différents régimes de travail (salarial, travail non déclaré, intermittence, etc.), différents réseaux de coopération sociale (majors, associations, institutions, etc.) et différents types de rationalisation des connaissances (de la recherche à la distribution mondialisée). Autrement dit, ces économies relèvent tout autant du marché que de ce que E. C. Hughes appelait des « entreprises collectives » (Hughes E. C., 1962) et que l'on pourrait rapprocher de l'idée de programmes d'intelligence du travail. Des programmes qui, certes, demandent aux travailleurs d'articuler des rôles sociaux très diversifiés (ils peuvent être *performers* et directeur artistique d'un label indépendant l'instant d'après ou vendeur dans un magasin de disques un jour et gérant d'un label rap le lendemain) qui contribuent à fluidifier leurs existences urbaines et leurs

6. Cette subjectivité différenciée renvoie au fait que la manière dont on se construit en tant que rapper et Marseillais diffère de celle dont on se fabrique comme rapper du Bronx. Ces deux processus de décantation stylistique à base d'identité locale confère donc en chaque lieu certaines qualités esthétiques aux acteurs de ces musiques qui une fois rassemblées produiront leur effet.

7. On peut trouver différents indices de cette crise majeure du disque. Entre 2001 et 2004, Virgin, une des majors du disque a enregistré un recul de 39 % de son chiffre d'affaires sur les ventes de CD (*Le Monde*, édition du 28 juin 2005). Par ailleurs, en 2003, le marché mondial du disque était en régression de 13,5 % sur les dix premiers mois de l'année (*Le Monde*, édition du 30 octobre 2003).

8. En matière d'analyse des conditions de production de l'art, et en l'occurrence de la musique, ces complexités sociales qui lient offre et demande, secteur public et secteur privé,... sont en effet souvent éludées au profit de systèmes de causalité plus duales et directes.

carrières sociales jusqu'à les rendre entrepreneurs d'eux-mêmes (Negri T., 1996). Mais, qui organisent également de nouvelles formes d'intelligence productive à travers les manières dont les travailleurs articulent des cycles de production industrielle (*majors*) et des cycles de production marginales (associations, etc.), et par leurs façons de mettre une multitude de ressources hétérogènes à contribution dans ces processus productifs. Cela indique à quel point ce type de configurations productives compte dans l'élaboration de nouvelles formes d'innovations et de compétitivité qui ne dépendent donc plus seulement de l'action des opérateurs de l'industrie du disque ou de celle des institutions publiques du développement culturel.

Au-delà, ce type de créativité n'est pas sans retombées sur la valeur des sites qu'il emplit. Le milieu rap ne se contente pas simplement d'implanter et de répartir ses activités économiques et esthétiques dans la ville. Il signale Marseille comme une scène musicale d'importance et aiguille vers elle les flux mondialisés du son rap. La valeur du site dépend dès lors de la capacité de captage et d'assemblage des opérateurs locaux (des ressources du milieu, de celles des institutions, des industries locales ou nationales,...) tout autant que de leur propension à embrayer des chantiers qui rendent possible l'arrimage de la ville dans le treillis mondial que forment les autres Mecques du rap et dans les échanges qui les connectent (c'est le cas de l'identité rude et souple du son marseillais que les grandes marques mondiales d'*Adidas* à *Renault* récupèrent pour leur *design* musical). Au passage, la ville récolte quant à elle, et à peu de frais, de nouveaux atouts (ceux-là culturels) qui confortent sa position sur le marché très concurrentiel des villes-mondes (la vitalité rap de la ville n'est pas sans lien avec la candidature officielle de Marseille comme capitale européenne de la culture 2013) et sur celui du marché international de la musique (aux quatre coins du monde, on trouve dans les rayons des grands distributeurs des bacs signalés : « Marseille, rap de... »).

Déjà emblématiques de ces économies urbaines, les acteurs de ces mondes sociaux en ressortent aussi acteurs de l'internationalisation des villes, de leur compétitivité dans la mondialisation des échanges. D'une part, ils captent des ressources et des savoir-faire extérieurs et exportent les leurs ; d'autre part, ils laissent place localement aux étrangers (comme lorsque Mystik, rappeur parisien, vient enregistrer des duos avec des rappeurs marseillais) tout en jouant de solidarités locales (comme la constitution de collectifs de performers), et enfin, ils constituent localement un patrimoine individuel (les passions pour ce genre sont de plus en plus marquées) et collectif (le rap est inscrit durablement dans le paysage sonore et les représentations collectives de la ville) alimenté par des dynamiques locales (y compris dans d'autres secteurs que la musique : le graphisme ou le prêt à porter urbain) et des échanges qui constituent la pérennité et la prospérité du son rap à Marseille tout en l'inscrivant dans des sphères publiques ou des communautés imaginées d'ordre transnational (Appadurai A., 1996).

L'émergence de ce type d'économies collectives implique deux transformations profondes des devenir individuels et collectifs dans la ville contemporaine. Premièrement, de nouvelles voies de reconnaissance sociale et économique s'ouvrent. En jouant sans cesse de leurs ancrages et de leurs mobilités, les acteurs trouvent d'autres moyens pour se situer et s'élever dans les hiérarchies professionnelles, économiques et sociales. Ils font de ces économies l'espace d'élaboration de formes de mobilités sociales (l'histoire locale du rap est une série d'échecs patent autant que de francs succès), d'estime de soi (lorsqu'ils se jouent des industries culturelles plus qu'ils n'en sont tantôt les victimes tantôt les petites mains) et de situations notabilières (quand les médias locaux ou internationaux sollicitent leurs avis sur des questions d'ordre général) inédites. Deuxièmement, ces économies renouvellent les mentalités métropolitaines en leur conférant des cadres sociaux communs au-delà des divisions, des hiérarchies sociales, techniques, socio-économiques et territoriales, qui les traversent. Ces mondes sociaux sont en ce sens des instances publiques (Dewey J., 2003) dans lesquelles les individus élaborent entre eux un fond commun de connaissances et de savoir-faire autour d'enjeux économiques, culturels, sociaux, politiques, techniques ou urbains. Et, dont ils soutirent les ressources constitutives de processus identitaires singuliers (le fait de se sentir à la fois rapper et marseillais comme celui d'entendre que le son marseillais n'est pas seulement le produit du sol duquel il affleure).

Les retombées urbaines de la créativité rap

Du point de vue de la ville elle-même, le déploiement de ce type d'économies urbaines compte divers effets transformationnels. Premièrement, l'avènement de Marseille comme un centre structuré de production musicale (que nous avons décrit comme un véritable gisement) a largement recomposé le champ de l'économie urbaine des mondes de l'art dans cette ville : avec le rap, le graphisme s'est autonomisé comme une activité professionnelle et esthétique reconnue (l'agence *Tous des K* a été primée lors d'une biennale d'art contemporain après avoir fait ses débuts comme graphiste d'IAM) tout comme le rap a servi de terrain d'expérimentation et de tremplin pour le secteur du stylisme marseillais (certaines marques de *street wear* recrutent leurs parrains dans le milieu des performers rap comme *Agnès B* s'appuie sur le milieu hip hop pour signaler sa marque dans la ville). Deuxièmement, la diversification des usages sociaux du rap et de ses pratiques culturelles ont transformé la ville en un auditorium sensibilisé et surtout sensible aux petites différences qui font toute l'originalité d'une création rap au regard d'une autre. Troisièmement, cette existence de Marseille comme centre de production et d'écoute fait de la ville une plaque tournante qui attire des performers d'autres régions (comme *Franck II Louise* qui s'installe à Marseille en 2005

ou *Mystik*, rapper parisien d'origine congolaise, qui vient enregistrer *Dans les rues de Marseille* avec des rappers du cru), des artistes internationaux (ceux qui apparaissent sur les albums d'IAM ou des groupes comme *Hamma* qui viennent d'Alger pour tirer jusque dans leur musique toute l'originalité de la créativité sonore locale et de la vitalité de la scène marseillaise) avant qu'une partie de ce flux de son rap ne passe par d'autres aiguillages. Pour finir, l'inscription de Marseille dans l'audience mondialisée de ces musiques (qu'elle passe par la diffusion *via* Internet ou par des réseaux sociaux qui connectent la créativité de la ville aux industries culturelles) place Marseille comme un centre de diffusion mondial par lequel le son rap s'écoule, est capté, recyclé et remis en circulation avant d'être redistribué vers certains autres hauts lieux du rap pour y être à nouveau transformé et rediffusé.

Dans ce contexte, Marseille est devenue l'une des villes *leaders* de l'esthétique rap sur la scène nationale (*Le Monde*, dans son édition du 14-15/05/06 titre à ce sujet [*Marseille*], *l'autre capitale du rap français*) et dans la géographie internationale de ce genre musical (du Maghreb aux rives de l'Afrique de l'ouest l'attention est autant fixée sur Marseille que sur New York). Par le volume de production qu'elle accroît et par les styles rap qu'elle diversifie, la ville contribue depuis les années 1980 à étendre les coordonnées

géographiques du genre même si New York garde symboliquement et économiquement son rôle hégémonique. Cela montre dans quelle mesure la ville (lieu de multiplication des configurations productives et des réseaux de circulation et de mobilisation sociale) est le lieu où s'expérimentent les nouvelles formes de travail, de production et de consommation qui donnent prise sur... et sont en prise à... la mondialisation de l'économie et des échanges.

En outre, ces réseaux socio-professionnels et leur réalité circulaire transforment l'économie urbaine des champs de la production musicale en impulsant d'autres dynamiques sociales et urbaines ; ils infléchissent également les trames spatiales de la ville en élaborant de nouvelles formes de centralités, et, enfin, ils inscrivent la ville dans le treillis mondial des places urbaines qui constituent l'assiette territoriale d'un monde commun de la culture hip hop (Latour B., 2005). Cela signale les mondes culturels et artistiques (souvent réduit à l'image de marges créatrices hyper-territorialisées) comme un secteur, certes, restreint de la production urbaine, mais porteur d'innovations technologiques, de renouvellements identitaires, de révolutions esthétiques, de croissances économiques, qui alimentent d'autres formes de dynamiques socio-économiques et spatiales qui comptent dans la conjoncture actuelle de mondialisation et d'intensification des échanges mondialisés (Suzanne G., 2006).

Références bibliographiques

Appadurai A., (1996), *Modernity at large : cultural dimensions of globalization*, Minneapolis, University of Minnesota Press.

Bordreuil J.-S., Duport C., Suzanne G., Sage R., (2003), *Marseille et ses moments musicaux : villes et scènes musicale*, Programme interministériel de recherche « Culture, ville et dynamiques sociales », Rapport au Ministère de la Culture.

Dewey J., (2003), *Le public et ses problèmes*, Vendôme, PUP/Farago-Éditions L. Scheer.

Halbwachs M., (1942), *La topographie légendaire des évangiles en Terre sainte, étude de mémoire collective*, Paris, PUF.

Hughes E. C., (1962), « Going concerns : the study of American institutions », trad. in Chapoulie J.-M., (1996), *Le regard sociologique. Essais choisis*, Abbeville, Éditions de l'EHESS.

Negri T., (1996), « L'entrepreneur politique », in Péraldi M., Perrin E., (1996), *Réseaux productifs et territoires urbains*, Toulouse, PUM.

Suzanne G., (2005), *Les Glaneurs de sons et le cheminement des musiques : constitution des genres musicaux et emprises urbaines des mondes de la musique*, Thèse de Doctorat sous la Direction de Bordreuil J.-S., MMSH-Aix-en-Provence.

Suzanne G., (2006), *Les espaces de la musique : dynamiques économiques et spatiales de l'agglomération marseillaise*, Rapport au PUCA-Ministère des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer.

Tarrius A., (1995), *Arabes de France*, La Tour d'Aigues, l'Aube Essai.

Biographie

GILLES SUZANNE, docteur en sociologie, est Attaché Temporaire d'Enseignement et de Recherche au LESA – Laboratoire d'Études en Sciences des Arts – à Aix-en-Provence et enseigne au sein de l'UFR LACS. Ses travaux portent sur le thème de la créativité artistique et de la ville à propos duquel il a consacré différents articles et réalisé récemment une recherche sur les dynamiques économiques et spatiales liées aux mondes de la musique dans l'agglomération marseillaise pour le PUCA gilles.suzanne@laposte.net