



Hill Strategies

Research Inc. | Recherche Inc.

<http://www.hillstrategies.com>

info@hillstrategies.com

Arts Research Monitor / Recherches sur les arts

Volume 2, No. 10

ISSN 1708-170X

Volume 2, no 10

Free public distribution is made possible by the Canada Council for the Arts and the Department of Canadian Heritage. Please forward the Arts Research Monitor to your colleagues, friends and others who may wish to subscribe to this free service. If you would like to be added to or deleted from the subscriber list, please contact Hill Strategies Research at subscribe@hillstrategies.com.

La diffusion gratuite de ce bulletin est possible grâce au soutien du Conseil des Arts du Canada et du ministère du Patrimoine canadien. N'hésitez pas à transmettre *Recherches sur les arts* à vos collègues, à vos amis et aux autres personnes désireuses de s'abonner à ce service gratuit. Veuillez communiquer avec Hill Stratégies Recherche à abonnement@hillstrategies.com si vous désirez que votre nom figure sur notre liste d'abonnés ou qu'il en soit supprimé.



Canada Council
for the Arts

Conseil des Arts
du Canada



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien

Vol. 2 No. 10 is a special issue of the Arts Research Monitor, devoted to the debate over the "creative class" theories of Richard Florida. This issue attempts to review the most salient reports and articles from supporters, followers and detractors of the creative class theories, with a particular focus on Canadian implications. References to specific reports and articles are provided at the end of this issue.

Le volume 2, numéro 10 de Recherche sur les arts est un numéro spécial consacré au débat sur les théories de la « classe créative » de Richard Florida. On y examine les rapports et articles les plus marquants des tenants et des détracteurs de ces théories, en s'attardant à leurs implications pour les villes canadiennes. Les références des rapports et articles évoqués sont fournies à la fin du texte.

Creative Class

A Short Summary of the Theory

Richard Florida's 2002 book, *The Rise of the Creative Class*, has garnered a lot of interest from arts communities in many parts of the world and has generated a significant amount of speaking and consulting work for Florida and his colleagues. The crux of Florida's argument is that regional economic advantages are no longer based on raw materials or on competition for companies. Rather, "creativity has replaced raw materials or natural harbours as the crucial wellspring of economic growth. To be successful in this emerging creative age, regions must develop, attract and retain talented and creative people who generate innovations, develop technology-intensive industries and power economic growth" (quote from *Competing on Creativity*). Florida has coined the term "creative class" to describe these talented and creative people who, in his theory, help spur high-tech growth.

Florida's analysis rests upon the correlations between indices of what have been described as the "three T's" of economic growth: talent, tolerance and technology. The correlation analysis shows a statistical link between measures of talent (% of residents with a bachelor's degree), tolerance (% of the population that is foreign-born), creativity (a city region's share of the nation's employment in artistic and creative occupations relative to the region's share of the nation's population) and technology (a region's share of national employment in high-technology industries relative to the region's overall share of national employment).

The report *Competing on Creativity: Placing Ontario's Cities in a North American Context* provides a convenient ranking of Canadian metropolitan areas on the various indices. A more recent report done for the Greater Halifax Partnership updates the rankings to take into account 2001 census data. These reports provide a basic introduction into the concepts and variables used in Florida's analysis. An even more recent report, *Europe in the Creative Age*, reiterates the basic theories behind the approach and compares slightly different European indices to equivalent U.S. data. (No Canadian data is provided in this report.)

Florida's analysis has been applied to argue for the improvement of the "quality of place" of various cities, most often with implications for cultural and recreational development. In particular, his analysis has been a key component of cultural policies and strategies in Montreal and Calgary.

The President of the University of British Columbia recently spoke of the role of universities in creating a "people climate" that includes the key attributes of talent, technology and tolerance. Dr. Martha Piper argued that, rather than a strong and innovative economy allowing us to afford a quality of life that includes tolerance, social responsibility and cultural diversity, these factors themselves build the environment necessary to attract creative people. Creating a people climate "must be an integral part of any economic development strategy – not as an add-on or an after thought – but rather as a strong pillar of our economic agenda – to remain open to diversity and invest in the lifestyle amenities that people really want and use often", such as urban parks and cultural programs.

Critical Commentaries on the Creative Class

In the February 2003 issue of the Arts Research Monitor, we noted that the statistical correlation between educated people, artists, foreign-born residents and technology is not surprising. The technology index is weighted toward large cities, which also tend to attract foreign-born and artistic residents. And there must also be a significant proportion of highly-educated people to make large cities tick. The February 2003 issue of the Arts Research Monitor also noted that Florida's analysis would be stronger if an indicator of jobs or overall economic growth was also analyzed, rather than relying solely on the high-tech employment factor as the key to economic growth. In *Europe in the Creative Age* (February 2004), Florida has correlated a creativity index with Gross Domestic Product for the first time. (Critics from the U.S. have argued that *The Rise of the Creative Class* used data from the peak of the high-tech boom and argued that Florida's data would not hold up after the tech bust.)

In a report on cultural spending in Canada, Hill Strategies Research compared Florida's factors of the supply of talented individuals with demand for cultural goods and services in different communities. This report noted that there was not a strong relationship between the supply-side and the demand-side factors: there were only limited similarities between the municipal rankings on the cultural occupations and the cultural spending data.

Strong criticism has come from detractors in the U.S. In an abstract of a presentation to be given in May of 2004 in Montreal, Marc Levine (an Urban Studies professor at the University of Wisconsin-Milwaukee) argues that "there is almost no empirical evidence to support any part of the creative class thesis. There is no correlation between any of Florida's celebrated indices – the "gay index", the "bohemian index" or the "coolness" index – and basic indicators of urban economic performance, such as job growth or poverty rates." In addition, Levine notes that those with "creative class" jobs often prefer to live in uncool suburbs of metropolitan areas. He concludes that "Florida's thesis distracts our attention from the real

problems facing North American cities: suburban sprawl and regional polarization; corporate disinvestment; ongoing fiscal crises; and declining civic infrastructure.”

In a *City Journal* article entitled “The Curse of the Creative Class”, Steven Malanga contends that “the basic economics behind [Florida’s] ideas don’t work.... A number of the cities the professor identifies as creative-age winners have chronically underperformed the American economy.... Some of his top creative cities don’t even do a particularly good job at attracting – or keeping – residents.” Malanga cites job growth statistics showing that the top-ranked U.S. cities in Florida’s analysis have lower job growth than the bottom-ranked ones. Malanga also provides data on domestic migration showing that “five of the ten places atop Florida’s creativity index had steep losses of U.S. residents [in the latter half of the 1990s], while some of Florida’s creative losers – including Las Vegas, Memphis, and Tampa Bay – were big winners.” A recent *Inc. Magazine* ranking of the “Top 25 Cities for Doing Business in America” looks very different from Florida’s top cities. In fact, San Francisco, Boston and New York are on the list of “10 Worst Metro Areas” in *Inc. Magazine* but were near the top of Florida’s list of most creative large cities. Interested readers may want to access a recent *Boston Globe* article that summarizes a number of other objections to Florida’s theses.

In his responses to some of these criticisms, Florida argues that his core message has always been that “human creativity is the ultimate source of economic growth. Every single person is creative in some way. And to fully tap and harness that creativity we must be tolerant, diverse and inclusive.” He also argues that he is not saying that gays and artists “literally ‘cause’ regions to grow. Rather, their presence in large numbers is an indicator of an underlying culture that’s conducive to creativity.” Florida’s full responses can be found at <http://www.creativeclass.org>.

Implications for Social and Cultural Policy

A report prepared for the Department of Canadian Heritage (*Competing for Talent: Implications for Social and Cultural Policy in Canadian City-Regions*) provides a balanced overview of Florida’s arguments and those of his critics. The report points to the “dangers of a quick and careless translation of the talent model into public policies”. In particular, “surface-level place marketing may have the potential of glossing over the essential investments required to maintain and enhance a creative city.” The authors also caution that “the ‘authenticity’ and ‘cultural vitality’ sought by the talent class may be difficult for cities to create.” In addition, with many artists living below the poverty line, “it is ironic to laud the virtues of a high bohemian index rating without devoting adequate resources to maintain and develop it.”

The report highlights some themes that are underdeveloped in Florida’s research, including “gender and life cycle issues, and the relationship between high-tech metropolitan growth on the one hand and income inequality, racial segregation and social capital on the other.” An argument is made for “a more qualitative analysis of the culture and the talent class in North American cities”.

The authors note that policies at the intersection of the talent model and social policy include anti-exclusion, cultural planning and social inclusion. An example is immigrant integration: “The Conference Board of Canada has estimated that if all immigrants were employed to the level of their qualifications, an additional \$4 billion of wages across the country could be generated.” Supportive policies for immigrant integration include internship programs, mentoring opportunities, job-shadowing opportunities and co-op placements. In addition to immigrant integration, other relevant policy areas include urban revitalization and historic preservation.

La classe créative

Bref résumé de la théorie

L'ouvrage de Richard Florida *The Rise of the Creative Class*, paru en 2002, a suscité pas mal d'intérêt dans les milieux artistiques et a valu à son auteur et à ses collaborateurs de nombreuses invitations à donner des conférences et à effectuer des travaux de consultation. Florida soutient que l'essor économique régional ne dépend plus de la présence de matières premières ou de ports naturels, ni de la bataille pour obtenir l'implantation d'entreprises. « La créativité les a désormais remplacés comme source cruciale de la croissance économique. Pour prospérer dans ce nouvel âge créatif, les régions doivent produire, attirer et retenir des gens talentueux et créatifs, qui apportent des innovations, développent des activités à forte teneur technologique et alimentent la croissance économique. » (extrait de *Competing on Creativity*). Florida a inventé l'expression « classe créative » pour décrire ces sujets doués de talent et de créativité qui, selon sa théorie, contribuent à doper la croissance liée à la technologie de pointe.

Son analyse repose sur les corrélations entre les indices rendant compte de ce qu'on a appelé « les trois T » de la croissance économique : talent, tolérance et technologie. Elle révèle un lien statistique entre les mesures du talent (pourcentage d'habitants possédant un diplôme universitaire), de la tolérance (pourcentage de personnes nées à l'étranger dans la population), de la créativité (pourcentage du nombre national d'emplois dans les domaines artistiques et créatifs que compte la région, par rapport à son pourcentage de la population nationale) et de la technologie (pourcentage du nombre national d'emplois dans des secteurs de haute technologie que compte la région, par rapport à son pourcentage du nombre global d'emplois à l'échelle nationale).

Le rapport *Competing on Creativity: Placing Ontario's Cities in a North American Context* donne un classement commode des grandes agglomérations canadiennes pour chacun de ces indices. Un rapport plus récent, établi à la demande de Greater Halifax Partnership, met ce classement à jour en fonction des données du recensement de 2001. Ces rapports présentent brièvement les concepts et variables entrant dans l'analyse de Florida. Un rapport encore plus récent, intitulé *Europe in the Creative Age*, reprend les théories de base qui sous-tendent cette approche et compare des indices européens légèrement différents avec les données états-uniennes équivalentes. (On ne trouve aucune donnée canadienne dans ce rapport.)

L'analyse de Florida a été employée comme argument en faveur de l'amélioration de la « qualité du lieu » de diverses villes, le plus souvent dans une optique de développement de la culture et des loisirs. Elle a plus particulièrement été un élément clé des politiques et stratégies culturelles de Montréal et de Calgary.

Martha Piper, présidente de l'Université de Colombie-Britannique, a dernièrement prononcé une allocution sur le rôle des universités dans la création d'un « climat humain » rassemblant les attributs essentiels du talent, de la technologie et de la tolérance. Ce n'est pas, a-t-elle dit, une économie dynamique et innovante qui nous permet de nous offrir une qualité de vie caractérisée par la tolérance, la responsabilité sociale et la diversité culturelle, mais plutôt ces facteurs eux-mêmes qui ménagent les conditions nécessaires pour attirer les gens créatifs. La création d'un climat humain « doit constituer une partie intégrante de toute stratégie de développement économique – non en tant qu'élément subsidiaire, mais en tant que pilier de notre programme économique – pour conserver une ouverture sur la diversité et investir dans les équipements que les gens souhaitent véritablement et dont ils se servent souvent », comme les espaces verts urbains et les programmes culturels.

Critiques de la théorie de la classe créative

Dans le numéro de février 2003 de Recherche sur les arts, nous faisons remarquer que la corrélation statistique entre le nombre de gens instruits, d'artistes et d'immigrants et la technologie n'a rien de surprenant. L'indice de la technologie penche en faveur des grandes villes, où les étrangers et les artistes ont une tendance naturelle à s'installer. Et il faut également que leur population compte une proportion importante de gens diplômés pour que les grandes villes fonctionnent bien. Nous notions également,

dans ce même numéro, que l'analyse de Florida serait plus convaincante si elle s'accompagnait de l'examen d'un indicateur de la création d'emplois ou de la croissance économique globale, plutôt que de reposer uniquement sur le facteur de l'emploi dans la technologie de pointe pour juger de la croissance économique. Dans *Europe and the Creative Age* (février 2004), Florida a entrepris pour la première fois d'examiner l'indice de la créativité par rapport au produit intérieur brut. (Ses détracteurs américains avaient fait valoir que *The Rise of the Creative Class* reposait sur des données datant de l'apogée du boom technologique, devenues caduques après son effondrement.)

Dans un rapport sur les dépenses au chapitre de la culture au Canada, Hill Stratégies Recherche a comparé les facteurs de présence de gens talentueux avec la demande de produits et services culturels dans différentes communautés. Ce rapport concluait à l'absence de rapport marqué entre les facteurs du côté offre et les facteurs du côté demande : on n'observait en effet qu'un lien restreint entre le classement des villes sur le plan de la concentration des professions culturelles et les dépenses culturelles de leurs habitants.

Aux États-Unis, la théorie de Florida a fait l'objet de critiques virulentes. Dans le résumé d'une conférence qu'il doit donner en mai 2004 à Montréal, Marc Levine (professeur en études urbaines à l'université du Wisconsin-Milwaukee) déclare qu'« il n'existe presque aucune donnée empirique pour étayer la thèse de la classe créative. Il n'y a de corrélation entre aucun des célèbres indices de Florida – l'indice gay, l'indice bohémien ou l'indice "cool" – et les indicateurs élémentaires de la performance économique urbaine comme la croissance de l'emploi ou les taux de pauvreté. » De plus, Levine fait remarquer que les personnes occupant des emplois de la classe dite « créative » préfèrent souvent vivre dans les banlieues des grandes agglomérations, qui n'ont certainement rien de branché. Il conclut que « Florida, par sa thèse, distrait notre attention des véritables problèmes des villes nord-américaines : l'étalement urbain et la polarisation régionale, le désinvestissement des grandes sociétés, la crise fiscale, et la détérioration des infrastructures municipales. »

Dans un article du *City Journal* intitulé « The Curse of the Creative Class », Steven Malanga affirme que « les raisonnements économiques de Florida ne tiennent pas. Une série des villes que le professeur désigne comme des triomphes de l'âge créatif sont depuis longtemps à la traîne par rapport à l'économie américaine. Certaines de celles qu'il classe en tête de son palmarès de la créativité sont loin de se distinguer par leur capacité d'attirer – ou de retenir – des habitants. » Malanga cite des chiffres de croissance de l'emploi montrant que les villes les mieux cotées par l'analyse de Florida ont des taux de croissance de l'emploi inférieurs à ceux qu'on observe dans les villes les moins bien cotées. Malanga fournit également des données sur les flux migratoires à l'intérieur du pays qui révèlent que cinq des dix villes championnes à l'indice de la créativité de Florida ont subi des hémorragies démographiques [au cours de la deuxième moitié des années 1990], alors que certaines des villes que Florida taxe de peu créatives – notamment Las Vegas, Memphis et Tampa Bay – ont vu leur population s'accroître considérablement. *Inc. Magazine* a publié dernièrement un classement des 25 meilleures villes des États-Unis où implanter son entreprise, qui n'a pas grand-chose à voir avec le palmarès de Florida. De fait, San Francisco, Boston et New York figurent dans la liste des 10 pires agglomérations d'après *Inc. Magazine*, alors qu'elles arrivaient parmi les premières au classement des grandes villes les plus créatives établi par Florida. Les lecteurs que cela intéresse souhaiteront sans doute lire un article paru dernièrement dans les colonnes du *Boston Globe*, qui présente plusieurs autres objections aux thèses de Florida.

Dans ses réponses à certaines de ces critiques, Florida réplique que ce qu'il a toujours voulu transmettre comme message de base, c'est que la créativité humaine est le principal moteur de la croissance économique, que chaque personne est créative à sa manière et que, pour exploiter pleinement cette créativité, nous devons nous montrer tolérants, accueillants et ouverts à la diversité. Il affirme n'avoir jamais prétendu que les homosexuels et les artistes faisaient littéralement démarrer la croissance régionale, mais simplement que leur présence en grand nombre est un indicateur de l'existence d'une culture sous-jacente favorable à la créativité. Pour trouver le texte complet des réponses de Florida à ses détracteurs, prière de consulter le site <http://www.creativeclass.org>.

Implications pour la politique sociale et culturelle

On trouve un examen équilibré des arguments de Florida et de ceux de ses adversaires dans un rapport commandité par le ministère du Patrimoine canadien (*Competing for Talent: Implications for Social and Cultural Policy in Canadian City-Regions*). Ce rapport attire l'attention sur « les dangers qu'il y aurait à traduire hâtivement et inconsidérément le modèle du talent en politiques publiques ». Il souligne notamment que « le marketing superficiel d'une ville risquerait de passer sur les investissements essentiels que nécessitent le maintien et la valorisation d'une ville créative. » Les auteurs mettent également en garde contre « la difficulté que les villes pourraient avoir à créer l'authenticité et la vitalité culturelle que recherche la classe de talent ». En outre, fait remarquer le rapport, étant donné que beaucoup d'artistes vivent au-dessous du seuil de pauvreté, « il est paradoxal de faire l'éloge d'un indice bohémien élevé sans consacrer les ressources adéquates à son maintien et à son développement. »

Le rapport met en relief certains thèmes insuffisamment développés dans les recherches de Florida, notamment « les questions de sexe et d'étapes de la vie et le rapport entre la croissance des métropoles technologiques, d'une part, et les inégalités économiques, la ségrégation raciale et le capital social, de l'autre ». Les auteurs se déclarent en faveur d'« une analyse plus qualitative de la culture et de la classe de talent dans les villes nord-américaines ».

Les auteurs font remarquer que l'intersection du modèle du talent et de la politique sociale est le lieu de politiques comme la lutte contre l'exclusion, la planification culturelle et l'inclusion sociale. L'intégration des immigrants en est un exemple : d'après les estimations du Conference Board du Canada, si tous les immigrants étaient employés à leur véritable niveau de qualification, la masse salariale nationale se gonflerait de quelque 4 milliards de dollars. Les politiques favorisant l'intégration des immigrants comprennent les stages en entreprise, le mentorat et le jumelage au travail. Outre l'intégration des immigrants, il faudrait également que soient adoptées des politiques de revitalisation urbaine et de préservation du patrimoine historique.

Report references / Références des rapports

The Rise of the Creative Class... and How it's Transforming Work, Leisure and Everyday Life

Richard Florida, 2002

(Now available in paperback form. / Le livre existe maintenant en édition de poche.)

Many of Richard Florida's articles and commentaries are available at <http://www.creativeclass.org>. This site also provides links to many other articles on the topic.

Beaucoup des articles et commentaires de Richard Florida se trouvent sur le site <http://www.creativeclass.org>. Ce site contient également des liens renvoyant à toutes sortes d'autres articles sur le sujet.

Europe in the Creative Age

Richard Florida and Irene Tinagli, February / Février 2004

http://www.creativeclass.org/europe_report.shtml

Competing on Creativity: Placing Ontario's Cities in a North American Context

Institute for Competitiveness and Prosperity, December / Décembre 2002

<http://www.competeprosper.ca/research/index.php>

Montréal : Ville de savoir

Un projet du Sommet de Montréal / A project of the Montreal Summit, Novembre / November 2003

http://www2.ville.montreal.qc.ca/vie_democratique/pdf/mtl-savoir.pdf

Civic Arts Policy Review: Consultant's Report

City of Calgary / Ville de Calgary, March / Mars 2003

http://www.calgary.ca/docgallery/BU/recreation/boardsandcommittees/Civic_Arts_Report_Final_Report_March_5.pdf

The New Creative Economy: Vancouver's Competitive Advantage

Dr. Martha C. Piper, President of the University of British Columbia / présidente de l'Université de Colombie-Britannique

Speech to the Vancouver Board of Trade, September 2003

Allocution prononcée devant la Chambre de commerce de Vancouver, Septembre 2003

http://www.president.ubc.ca/president/speeches/23sep03_boardtrade.pdf

La classe créative et la prospérité urbaine : mythes et réalités**The Creative Class and Urban Prosperity: Myth and Reality**

Marc V. Levine (Résumé d'une conférence qui se donnera le 20 mai 2004 / Abstract of a presentation to be given May 20, 2004)

<http://www.inrs-ucs.quebec.ca/tempnouv/Levine.pdf>

The Curse of the Creative Class

Steven Malanga, City Journal, Winter / Hiver 2004

http://www.city-journal.org/html/14_1_the_curse.html

Top 25 Cities for Doing Business in America

Inc. Magazine, March / Mars 2004

<http://www.inc.com/magazine/20040301/top25.html>

The Road to Riches?

Christopher Shea, Boston Globe, February 29, 2004 / le 29 février 2004

http://www.boston.com/news/globe/ideas/articles/2004/02/29/the_road_to_riches/

Competing for Talent: Implications for Social and Cultural Policy in Canadian City-Regions

Prepared for Strategic Research and Analysis, Canadian Heritage by Betsy Donald and Douglas Morrow

Rapport établi pour la Direction de recherche et analyse stratégiques du ministère du Patrimoine canadien par Betsy Donald et Douglas Morrow

May / Mai 2003

http://www.culturescope.ca/ev_en.php?ID=2521_201&ID2=DO_TOPIC