

# — L'ANALYSE DE LA PRODUCTION ET DE L'UTILISATION DES RÉFÉRENCES EN URBANISME, CONSTRUCTION D'UN DISPOSITIF MÉTHODOLOGIQUE

Rachel Mullon, Doctorante  
Université Paris Est Marne La Vallée  
Lab'Urba,

Courriel :  
mullonrachel@gmail.com

## RÉSUMÉ

Les références sont les idées, images et concepts qui participent à l'élaboration des projets urbains. L'objectif de cet article est de présenter un cadre d'analyse emprunté à la sociologie économique pour étudier les espaces et évènements qui produisent des références d'un côté et les stratégies des acteurs opérationnels pour chercher des références de l'autre. Le travail itératif entre la métaphore économique et les discours des acteurs a permis de développer une méthode pour étudier la production et l'utilisation des références.

## MOTS-CLÉS

Références, bonnes pratiques, marché, dispositifs de jugement, projet urbain.

## ABSTRACT

When designing an urban development project, to ideas, theories and images to make decisions. How is this knowledge use by urban professionals and where does it come from? This paper presents the quest for a method to study both the use and production of knowledge for urban development decisions.

An analytical framework borrowed from economic sociology is used to conceptualize these two processes as a market made up of a supply, a demand and judgment devices which act as delegates for urban professionals.

## **KEYWORDS**

Precedents, good practices, market, judgement devices, urban development projects.

—

Cet article présente les questionnements méthodologiques d'une recherche doctorale sur la production et l'utilisation des références en urbanisme. Le projet urbain est une coproduction réalisée par les acteurs de la stratégie, du portage politique, du pilotage technique et de la réalisation (Bourdin, Arab, et Jista, 2003) ; un travail itératif entre la formulation du problème et des propositions. Tout au long de ce processus itératif, les différents acteurs utilisent des références : des idées, des images, des théories, des exemples de pratiques et de projets urbains (Prost, 1992).

L'objectif de ma recherche est, d'une part, d'identifier les espaces et processus qui mettent en avant les références, et de l'autre, de comprendre comment les acteurs opérationnels se servent de ces espaces pour trouver des références. Cet article présente un dispositif méthodologique permettant d'étudier ces deux phénomènes de production et d'utilisation des références, et les interactions entre les acteurs y participant. La première partie présente la littérature existante liée à la production et à l'utilisation de références. La deuxième partie introduit le cadre d'analyse utilisé pour étudier les résultats d'une enquête exploratoire menée auprès d'acteurs institutionnels et opérationnels en Ile-de-France. La troisième partie propose une méthode pour poursuivre la recherche.

## — REVUE DE LITTÉRATURE SUR LES OBJETS ET LES MÉTHODES

L'étude de la production et de l'utilisation des références permet d'identifier deux types de travaux : des recherches traitant les objets « bonnes pratiques » en urbanisme et d'autres s'insérant dans le champ de la circulation des solutions d'action publique.

La littérature sur les bonnes pratiques en urbanisme est peu développée (Macmillen et Stead, 2014). La notion de bonne pratique fait l'objet de définitions diverses. Elle peut renvoyer à des indicateurs (Devisme, Dumont, et Roy, 2007), à des plans d'actions tels que les agenda 21 (Navez-Bouchanine, 2007), à des modèles urbains tels que le New Urbanism (Moore, 2013). Arab et Vetoretto (2007 ; 2009) définissent la bonne pratique comme un objet existant, une réalisation architecturale ou urbaine, perçu comme réussi, pouvant inspirer l'élaboration d'un projet futur. Dans chacune de ces définitions, les bonnes pratiques sont des savoirs extrinsèques au projet qui impactent les prises de décisions des acteurs. Cela se rapproche de la notion de référence qui englobe toutes les idées, notions, et images mobilisées dans le projet urbain pour arriver à une solution (Prost 1992).

Ces travaux se focalisent soit sur l'utilisation des bonnes pratiques dans le

cadre de projets urbains soit sur leur production. Dans le premier cas, il s'agit le plus souvent de monographies de projets urbains. Devisme et al. (2007) et Roy (sous presse) mobilisent une étude de cas sur la ville de Nantes. Arab (2007) présente les bonnes pratiques mobilisés par les opérationnels du projet d'Odysseum à Montpellier. Navez-Bouchanine (2007) étudie la mise en place d'un agenda 21 au Maroc. Relevant du deuxième cas, Vettoretto (2009) a étudié les critères de sélections des bonnes pratiques valorisées par les dispositifs européens Interreg et Interact. Ses résultats montrent que la méthode de production des bonnes pratiques impose une simplification de la réalité : certains éléments sont évincés au profit d'un discours simple. Bien qu'ils traitent d'objets similaires aux références, les méthodes employées dans ces recherches ne sont pas adaptées pour répondre à mes questions.

Les recherches regroupées sous le nom de « *policy transfer studies* » (PTS), traduit en français par la « circulation des solutions d'action publique », s'intéressent à « *la dimension exogène de la fabrique de l'action publique et plus précisément, à l'importance dans ce processus de phénomènes tels que l'imposition, l'influence, l'inspiration ou l'imitation* » (Delpeuch, 2009, p. 153). Les PTS s'interrogent sur les types de transferts, les canaux de diffusion et leurs acteurs, les choix du modèle imité, la transformation du modèle suite à son emprunt, et sur les effets d'emprunts (Delpeuch, 2009).

Dans ce champ, deux études sur l'utilisation des bonnes pratiques méritent d'être mentionnées. Wolman et Page (2002) et Macmillen et Stead (2014) ont mené des enquêtes auprès d'un type d'acteurs – les acteurs locaux dans un cas, les acteurs travaillant dans des organisations de transport dans l'autre. Ces enquêtes révèlent que les décideurs écoutent davantage leurs réseaux sociaux et professionnels que les guides officiels de bonnes pratiques (Wolman et Page, 2002), et que chaque acteur propose une définition différente de la notion de bonnes pratiques (Macmillen et Stead, 2014) mais ne permettent pas d'interroger leurs processus de production.

Citons en dehors de ce champ, une recherche qui étudie les liens entre production et utilisation des savoirs en urbanisme. Cadiou (sous presse) propose d'étudier les scènes qui alimentent les savoirs de l'action : la littérature grise, les forums de discussion et les périodiques. Les acteurs et savoirs circulent au sein de ces différentes scènes qui sont déhiérarchisées et interdépendantes et forment un ensemble : une toile. Cadiou (sous presse) se focalise sur les périodiques de l'urbain et analyse les articles dédiés aux cas de Nantes et Bordeaux. Il conclue qu'il n'y a pas de critères pour sélectionner les projets mis en avant. Les choix se font davantage par des dynamiques relationnelles (institutionnelles, commerciales, personnelles). Dans la continuité du travail de Cadiou (sous presse), cette recherche propose d'étudier les espaces producteurs de références et leurs interrelations avec les acteurs des projets urbains.

## — LA CONSTRUCTION D'UN CADRE D'ANALYSE EMPRUNTÉ À LA SOCIOLOGIE ÉCONOMIQUE

Une enquête exploratoire a été menée auprès de 30 acteurs pour affiner les questions de recherche. Les entretiens (d'une heure à 2h30) visaient à recueillir des propos sur l'utilisation des références et sur les espaces producteurs de références.

La première phase de l'enquête a été consacrée à des acteurs participant à l'élaboration des labels et certifications Ecoquartier, HQE A, et NQU (dix entretiens), la seconde à des acteurs opérationnels, chefs de projets dans des Établissements publics d'aménagement, des Sociétés d'économie mixte, des groupes de promotion immobilière, des bureaux d'études techniques, des cabinets d'architectes urbanistes, et à des journalistes (20 entretiens).

Dès la deuxième phase de l'enquête, la notion de marché s'est avérée utile pour cerner les objets de la recherche. Tout projet peut devenir une référence : dès lors qu'il se réalise, il est susceptible de devenir un exemple à suivre pour d'autres acteurs. Tout projet (et ses constituants) rentre dans l'offre de références. D'un autre côté, les acteurs opérationnels mobilisent des idées, des concepts, des bonnes pratiques pour développer un projet : ils constituent en ce sens une demande de références. Certains espaces, la presse spécialisée, les forums de discussion, les labels et certifications, font la promotion de certaines idées, concepts et bonnes pratiques, sélectionnés selon des critères propres, ces espaces proposent une sélection de références. La toile présentée par Cadiou (sous presse) peut être appréhendée comme un marché composé d'une offre, d'une demande et d'intermédiaires. La métaphore économique permet de s'appuyer sur des concepts de la sociologie économique pour étudier le fonctionnement de ce système.

Selon la théorie économique néoclassique, le consommateur a un comportement rationnel, il fait des choix dans le but d'atteindre une satisfaction maximale, les prix des biens sont déterminants sur ces choix et l'offre est transparente. Avec la complexification de l'offre de biens et services, les recherches dans le champ de la sociologie économique, qui présentent le marché comme une construction sociale, produisent de nouvelles théories. Ainsi, Karpik (1989) identifie un type de biens que la théorie-néoclassique ne permet pas d'appréhender. Suite à une étude empirique sur l'économie des avocats, Karpik présente un marché de services qui n'est pas régulé par les prix, mais par la qualité. L'échange fonctionne grâce à une organisation sociale fondée sur le réseau et la confiance. Karpik (2007, p. 39) définit les produits singuliers – des biens et services incommensurables – et le marché des singularités « *composé de relations marquées par l'incertitude sur la qualité entre les produits singuliers et des acteurs à la recherche de la bonne singularité* ». Puisqu'on peut

difficilement juger si un projet urbain est réussi, les références sont incommensurables, et peuvent être qualifiées de singularités.

Le marché des singularités fonctionne grâce à des intermédiaires : les dispositifs de jugement, qui exercent la fonction de délégués des producteurs et des consommateurs. Ils guident les actions de ces derniers en leur présentant une sélection d'informations. Karpik propose une typologie des dispositifs de jugement, les réseaux, les classements, les appellations, les cicérones. Ces types permettent d'expliquer le fonctionnement des différents marchés – par exemple, le marché des grands vins fonctionne grâce aux critiques vinicoles (les cicérones), le marché des films grâce aux réseaux de spectateurs.

La théorie des singularités de Karpik (2010) permet de conceptualiser le marché des références, et sert de grille de lecture aux entretiens pour distinguer ce qui relève de l'offre et de la demande, et des dispositifs de jugements.

## — LA DEMANDE DE RÉFÉRENCES

Les premiers entretiens avec les acteurs opérationnels ont révélé les difficultés méthodologiques du recueil de propos sur l'utilisation des références : la mobilisation d'exemples, d'idées, de bonnes pratiques, est un processus intuitif difficile à décrire. Prost (1992) avait, il y a longtemps, montré que ce processus n'est pas explicite. Afin d'obtenir des réponses sur l'utilisation des références, plusieurs tactiques ont été élaborées au cours de l'enquête, notamment celle consistant à interroger les acteurs sur des projets précis et sur les références présentées dans la documentation. Une première analyse de ces entretiens permet d'aboutir aux conclusions suivantes.

### L'UTILITÉ DES RÉFÉRENCES

Les références sont surtout utilisées dans les phases de conception initiales, lorsque sont décidés les grands objectifs du projet. Parmi l'ensemble des idées mobilisées, seules certaines figurent dans la documentation (powerpoint de présentation aux habitants, plan directeur, études préalables). La demande de références provient essentiellement des acteurs de la maîtrise d'ouvrage, les élus et les techniciens, les Établissements publics d'aménagement et les Sociétés d'économie mixte. Ces derniers cherchent des références pour se positionner, identifier des stratégies possibles, convaincre et démontrer la faisabilité d'une proposition (réalisée ailleurs). Une cheffe de projet dans une collectivité explique s'être appuyée sur des références pour trouver des solutions aux questions de stationnement et de gestion de l'eau, mais surtout pour montrer aux services réticents que « *cela avait été fait ailleurs* ».

La recherche de références peut prendre la forme d'une mission à part en-

tière. Un chef de projet dans un bureau d'études développement durable explique qu'à la fin des années 2000, plusieurs collectivités franciliennes leur ont confié des missions de benchmarking de projets urbains durables de la région. L'objectif était de « *savoir s'ils étaient plus mauvais que les autres* » puis de définir leurs propres pistes d'actions.

Sur tous les projets, on attend des bureaux d'études et architectes-urbanistes qu'ils utilisent des références pour justifier leurs propositions. Ces derniers doivent avoir des listes de références prêtes à l'emploi pour présenter leurs idées et « *raconter le projet* ». Mais la référence peut également servir d'outil réputationnel, pour se vendre. Les prestataires procèdent en grand nombre à l'auto-référencement pour éviter de citer des concurrents. Un architecte-urbaniste décrit une situation fréquente où la maîtrise d'ouvrage demande de s'inspirer d'un projet d'un concurrent : « *toi, ce que tu vas faire c'est que tu vas critiquer le truc, tu vas le démonter, et à la fin tu vas dire que tu vas faire mieux, comme Malmö, ou tu vas prendre un exemple en Suisse* ».

Le projet urbain est complexe. Chaque acteur (et particulièrement les prestataires) doit négocier sa place et son coût. Le projet peut alors être un espace où l'acteur met en avant ses propres références pour se vendre. Obtenir un label, participer à un colloque, être cité dans la presse sont des moyens employés par les acteurs pour construire la réputation de leur projet et leur propre réputation. Les dispositifs de jugement deviennent alors des espaces dans lesquels les acteurs peuvent faire leur autopromotion.

## LES RECHERCHES DE RÉFÉRENCES

Les procédures de recherche de références varient selon les prestataires. L'enquête a permis d'identifier trois situations. La mission de référencement peut être confiée à l'ensemble de l'équipe qui doit consacrer une partie de son temps à cette recherche et à leur classification dans des dossiers partagés. Cela peut faire l'objet d'une mission d'un stagiaire. Enfin il y a des cas dans lesquels un individu est perçu comme le spécialiste d'un type de référence (architecturale par exemple). L'individu est sollicité en cas de besoin, avec une commande précise. Certains acteurs décrivent un « *art* » de trouver la bonne référence.

En effet, la référence a une durée de vie limitée. Les références trop utilisées finissent par perdre leur force de persuasion. En matière d'écoquartier, les cas de Fribourg et Malmö sont obsolètes en France aujourd'hui. Si elles ont été très utilisées il y a dix ans, aujourd'hui, on critique leur inadaptabilité au contexte français et leurs retours d'expériences négatifs (difficultés rencontrées avec les nouvelles générations à Fribourg par exemple). On peut alors se demander quel est le rôle des intermédiaires sur ces cycles de références?

## — LES DISPOSITIFS DE JUGEMENT SUR LE MARCHÉ DES RÉFÉRENCES

La classification de Karpik (2007) a permis d'ébaucher une typologie des dispositifs de jugement sur le marché des références basée sur les propos des acteurs.

### LES APPELLATIONS ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

« Les « appellations » sont les noms associés aux attributs et aux significations qui qualifient des produits ou des familles de produits singuliers. Elles rassemblent les labels, les appellations d'origine contrôlée, les titres professionnels, les marques de produits et les marques ombrelles » (Karpik, 2007, p. 70). Sur le marché des références, un nombre croissant de labels et certifications ont vu le jour depuis la fin des années 2000. Les entretiens se sont focalisés sur trois appellations valorisant les opérations dites « durables » ayant bénéficié d'un relai médiatique : le label Ecoquartier sous la tutelle du ministère du Logement, de l'Égalité des Territoires et de la Ruralité, l'appel à projets Nouveaux Quartiers Urbains (NQU) de la Région Ile-de-France et la certification Haute Qualité Environnementale Aménagement (HQEA) de l'association HQE. D'après les acteurs ayant développé ces objets, l'objectif même de Ecoquartier et de NQU est de repérer des bonnes pratiques. Des instances d'échanges sont créées pour mettre en valeur les projets lauréats.

Sur les projets, les appellations répondent essentiellement à une demande politique. Les acteurs techniques sont en charge de soumettre un dossier, et de montrer que ledit projet répond aux critères fixés par les institutions. Ces appellations permettent de valoriser les projets, auprès des financeurs et des investisseurs, et auprès d'autres collectivités, mais dans une moindre mesure auprès des habitants et usagers. Le label écoquartier et NQU viserait principalement les élus et les techniciens, tandis que HQE A, beaucoup moins connu des acteurs interrogés, intéresse les opérateurs privés et les lotisseurs. Dans les trois cas, les prestataires sont sceptiques quant à l'impact de ces appellations sur leurs pratiques, y compris les bureaux d'études spécialistes du développement durable.

### LES CICÉRONES – L'AUTORITÉ SYMBOLIQUE DOUCE DU MARKETING URBAIN

« Les « cicérones » rassemblent les critiques et les guides qui proposent des évaluations spécifiques des biens et des services singuliers. Ils représentent une forme d'autorité symbolique douce dont l'influence, lorsqu'elle rencontre le consentement des utilisateurs, réduit ou supprime les affres du choix individuel » (Karpik, 2007, p. 70).



Trois types de cicérones sont présents sur le marché des références : les espaces de discussion, les espaces de promotion et la presse spécialisée. Ces trois dispositifs ont un public formé de professionnels. Leur objectif est de présenter et parfois discuter des thèmes ou des projets.

Les espaces de discussion regroupent, le temps d'une journée ou d'une matinée, des acteurs autour d'une thématique ou d'un projet. Le simple fait de présenter certains projets plutôt que d'autres implique une sélection. Il est alors intéressant de comprendre par quels biais les thématiques sont choisies. L'enquête a permis d'identifier, les 5 à 7 du Club Ville Aménagement et les matinées de l'Arène comme des cicérones mais tous les colloques et conférences rentrent dans cette catégorie.

Les espaces de promotion, le Salon de l'Immobilier d'entreprise (SIMI), le Marché International des Professionnels de l'Immobilier (MIPIIM), le Forum des Projets Urbains (FPU) permettent aux opérationnels de faire leur autopromotion. Contrairement aux espaces de discussion, la recherche de mise en visibilité est affirmée par les acteurs qui présentent leurs projets. Dans les trois cas, les porteurs de projets doivent soumettre une demande et un paiement de participation pour avoir un stand (dans le cas du SIMI et du MIPIIM) ou pour faire l'objet d'une présentation (dans le cas du FPU). Bien qu'il n'y ait pas de sélection a priori, les entretiens ont révélé l'utilité de ces espaces pour s'informer de l'actualité en urbanisme. Le FPU s'organise sur une journée, lors de laquelle de courtes conférences sur des projets s'enchaînent (45 projets présentés en 2014). Les projets sont présentés par l'élu, l'aménageur et l'architecte urbaniste, qui peuvent ensuite répondre aux questions. Une publication présente les projets exposés lors de la journée. Le MIPIIM et le SIMI s'organisent sur plusieurs jours, et prennent la forme de conférences et de stands. D'après les entretiens, les acteurs vont choisir de présenter des projets qu'ils considèrent comme bons et les moments « *offs* » de la journée, pause-café, repas et soirées, sont propices pour créer et renforcer leurs réseaux.

Enfin, la presse spécialisée, la revue *Urbanisme*, *Traits Urbains*, le *Moniteur*, *D'A*, et la presse en ligne ont des modes de financement, de fonctionnement et des publics différents. Par ailleurs, l'émergence récente d'une presse métropolitaine publique et privée est à interroger.

L'enquête a permis de découvrir un paradoxe : les acteurs se servent des espaces de promotion pour s'informer sur les actualités de l'urbanisme, pourtant, les projets et idées présentés dans les cicérones ne sont pas toujours interrogés. Certains acteurs désapprouvent ce manque d'évaluation. Un architecte-urbaniste explique que ces espaces ne permettent pas d'avoir de retours sur les pratiques testées dans les projets.

## LES CLASSEMENTS DES URBANISTES

Les classements regroupent les rangements hiérarchisés des singularités en fonction d'un critère donné. Sur le marché des références, les classements prennent essentiellement la forme de « prix » délivrés à des individus. Le Grand prix de l'urbanisme, le palmarès des jeunes urbanistes et Europan sont les classements les plus connus. En récompensant l'œuvre d'un individu, les classements participent à leur réputation. Les projets réalisés par cet individu, les pratiques mises en place, peuvent alors devenir des références.

## LES RÉSEAUX PERSONNELS ET PROFESSIONNELS

Le réseau est « *composé de relations interpersonnelles* » (Karpik, 2007, p. 70). Dans le cas du marché des singularités, les réseaux sont professionnels et personnels. Les différents dispositifs présentés ci-dessus sont à la fois catalyseurs de réseau, mais en dépendent également. Obtenir un prix, Europan ou le palmarès des jeunes urbanistes, permet de se créer une place dans un réseau professionnel, mais pour obtenir un prix, il faut parfois avoir un réseau personnel prestigieux.

Cadiou (sous presse) révèle que les journalistes entretiennent des liens avec leurs sources (les acteurs opérationnels), ce qui peut avoir un impact sur la façon dont les projets sont présentés. Mon enquête exploratoire a permis d'identifier des liens entre les différents acteurs et leurs participations à des dispositifs de jugement. En effet, un organisme finance des dispositifs de jugement, qui mettent en valeur des projets financés par cet organisme. Certains acteurs utilisent des dispositifs de jugement pour mettre en valeur le projet qu'ils ont élaboré, par exemple, un promoteur peut présenter son projet lors du Forum des Projets Urbains. Il devient alors important de comprendre ces liens et les stratégies des différents acteurs dans le marché des références. Cela suppose d'appréhender le marché des références comme un système, comme un ensemble d'éléments qui interagissent.

## LE STUDY-THROUGH POUR ÉTUDIER UN RÉGIME DE COORDINATION

Authier, Bourdin, et Lefeuve (2014) ont identifié un recours fréquent à l'approche localisée ou à la monographie dans les thèses de sociologie urbaine. Ces approches permettent en effet de mettre en lien le social et le spatial. Mais comment construire un terrain lorsque la question de recherche interroge le fonctionnement d'un système? Karpik propose un concept pour étudier les fonctionnements des marchés des singularités : le régime de coordination. Un régime de coordination est composé de trois entités : le produit qualifié, le consommateur et les dispositifs de jugement. Le concept sert « *de principe d'intelligibilité de la réalité concrète* » (Karpik, 2007, p. 138). Le fonctionnement du marché des références repose sur l'interaction entre les dispositifs de

jugement et, entre les dispositifs de jugement, les acteurs et les références. La construction de ce cadre d'analyse permet d'avancer dans une recherche qui n'a pas de terrain délimité géographiquement.

Face à l'impossibilité de saisir le marché dans sa totalité, comment choisir une entrée pour étudier ce système ? McCann et Ward (2012) proposent une méthode pour appréhender la circulation des solutions d'action publique : le « *study through* ». La méthode consiste à choisir un objet et suivre sa trajectoire au sein des différents espaces qu'il traverse : des colloques, des conversations informelles, des e-mails. Ward (2011) applique cette méthode à l'étude des Business Improvement Districts et suit la solution d'action publique depuis sa création au Canada à son arrivée en Angleterre.

Se focaliser sur la circulation d'une seule solution ne permet pas de comprendre l'utilisation des références et les espaces les valorisant car cela occulte tout un pan de la réalité. Lors de l'élaboration des projets, de nombreuses références sont mobilisées par les différents acteurs, particulièrement dans les phases de conception ; suite à cette émulation d'idées, seules quelques-unes figurent dans la documentation. Tandis que McCann et Ward (2012) étudient la circulation d'une solution phare, je propose d'appliquer le *study through* aux idées, images et concepts utilisés pour l'élaboration de plusieurs plans directeurs. Partir de leurs utilisations dans une situation de conception en cours permet de comprendre le poids réel des dispositifs de jugement sur les décisions dans les projets urbains. Cela se distingue de la proposition de McCann et Ward (2012) qui insistent sur l'explication de l'import d'une solution (pourquoi on importe?) plutôt que sur le rôle des médiateurs dans la circulation d'une idée (comment on importe?).

La méthode, actuellement testée dans l'élaboration d'un plan directeur sur un site à Marseille, consiste à identifier l'ensemble des références mobilisées par l'équipe de prestataires, leur utilité (inspiration ou communication) et leurs impacts sur les choix de conception, puis de retracer l'histoire de ces idées dans le marché des références. D'où vient la pratique discutée ? Par qui a-t-elle été introduite dans les dispositifs de jugement ? Comment a-t-elle été présentée ? Et enfin, qu'est-ce qui fait lien entre les acteurs du projet et ces différents dispositifs de jugement ?

## — CONCLUSION

La littérature traitant des pratiques mobilisées dans le cadre de projet urbain ne propose pas de méthodes adaptées à une double étude de la production et de l'utilisation des références en urbanisme. La construction d'un cadre d'analyse relevant de la sociologie économique permet de concevoir ce double processus

comme un marché composé d'une offre, d'une demande et de dispositifs de jugement qui servent de délégués aux acteurs à la recherche de la bonne référence. L'enquête exploratoire a permis de faire une typologie non exhaustive des dispositifs de jugements présents sur le marché des références. Ce travail sera complété par la méthode du *study-through*, qui consiste à retracer les parcours des références jusqu'à leur arrivée sur un projet.

Les premiers résultats du « *study through* » révèlent qu'au sein de l'équipe de maîtrise d'œuvre, chaque prestataire propose des références. Ces dernières alimentent tous les choix du projet, le montage, la programmation, la forme du bâti, la participation habitante. Les réseaux professionnels et personnels ainsi que la presse en ligne semblent, à première vue, être les dispositifs de jugements dominants sur ces choix de références. Il s'agira de préciser la trajectoire des références dans ces dispositifs pour comprendre comment ces derniers légitiment une idée ou un concept amené sur le projet. Les résultats de cette recherche, sur la production et l'utilisation des références, permettront d'appréhender le système de prescription qui pèse actuellement sur les savoirs de l'action urbaine.

## — BIBLIOGRAPHIE

- Arab, N. (2007).** À quoi sert l'expérience des autres ? « Bonnes pratiques » et innovation dans l'aménagement urbain. *Espaces et sociétés*, 131, 33-47.
- Authier, J.-Y., Bourdin, A., et Lefevre, M.-P. (dir) (2014).** Comment les jeunes chercheurs construisent et renouvellent la sociologie urbaine aujourd'hui. In *La jeune sociologie urbaine francophone - retour sur la tradition et exploration de champs nouveaux* (pp.221-235). Lyon : Presses universitaires de Lyon.
- Bourdin, A., Arab, N. et Jista, B. (2003).** Les expertises dans la phase « amont » des projets urbains. In Prost, R. (dir), *Projets architecturaux et urbains : mutation des savoirs dans la phase amont* (pp. 135-152). Paris : Plan Urbanisme Construction Architecture.
- Cadiou, S. (sous presse).** La circulation des savoirs de l'action urbanistique. In A. Bourdin et J. Idt (dir) *L'urbanisme des modèles. Références, benchmarking et bonnes pratiques*. La Tour d'Aigues : l'Aube.
- Delpuech, T. (2009).** Comprendre la circulation internationale des solutions d'action publique : panorama des policy transfer studies. *Critique internationale*, 43(2), 153-165.
- Devisme, L., Dumont, M. et Roy, É. (2007).** Le jeu des « bonnes pratiques » dans les opérations urbaines, entre normes et fabrique locale. *Espaces et sociétés*, 131(4), 15.
- Karpik, L. (1989).** L'économie de la qualité. *Revue française de sociologie*, 30(2), 187-210.
- Karpik, L. (2007).** *L'économie des singularités*. Gallimard.
- Macmillen, J. et Stead, D. (2014).** Learning heuristic or political rhetoric? Sustainable mobility and the functions of 'best practice'. *Transport Policy*, 35, 79-87.
- McCann, E. et Ward, K. (2012).** Assembling urbanism : following policies and « studying through » the sites and situations of policy making. *Environment and Planning A*, 44, 42-51.
- Moore, S. (2013).** What's Wrong with Best Practice? Questioning the Typification of New Urbanism. *Urban Studies*, 50(11), 2151-2157.
- Navez-Bouchanine, F. (2007).** Le développement urbain durable : « best practice » ou leurre méthodologique ? *Espaces et sociétés*, 131(4), 101-116.
- Prost, R. (1992).** *Conception architecturale : une investigation méthodologique*. Paris : L'Harmattan.
- Roy, E. (sous presse).** Bonnes pratiques à l'œuvre dans le gouvernement urbain : enquête sur de nouvelles mœurs de l'action urbaine. In A. Bourdin et J. Idt (dir), *L'urbanisme des modèles. Références, benchmarking et bonnes pratiques*. La Tour d'Aigues : l'Aube.

**Vettoretto, L. (2009).** A Preliminary Critique of the Best and Good Practices Approach in European Spatial Planning and Policy-making. *European Planning Studies*, 17(7), 1067-1083.

**Ward, K. (2011).** Policies in Motion and in Place - the case of Business Improvement Districts. In McCann E. et Wrd K. (ed), *Mobile Urbanism - Cities and policymaking in the global age* (pp.71-95). Minneapolis/London: University of Minnesota Press.

**Wolman, H., Hill, E. W. et Furdell, K. (2004).** Evaluating the success of urban success stories: Is reputation a guide to best practice? *Housing Policy Debate*, 15(4), 965-997.

**Wolman, H. et Page, E. (2002).** Policy Transfer among Local Governments: An Information–Theory Approach. *Governance*, 15(4), 577–501.