

Les différents univers de justification des tiers-lieux

Les « cités »	Principes supérieurs communs	Répertoire des « tiers-lieux »
Monde de l'inspiration	Création, imagination	Innovation « ouverte », créativité, liberté, expérimentation « grandeur nature » avec des usagers (projets urbanistiques, innovation sociale ou environnementale, patrimoine, culture...)
Monde de l'opinion	Réputation, marque, renommée	Confiance, techniques de surveillance et de traçabilité (identification,...), label/qualité
Monde industriel	Performance technique ou organisationnelle, fonctionnalité d'un processus	Performance, fonctionnalité, efficacité, Startups, berceau d'entreprises, incubation, nouvelles technologies (cf. imprimantes 3D)
Monde marchand	Compétitivité, concurrentiel, bénéfique, rentabilité	Valeur, flexibilité (ex. des coûts et immobilisations que constitue la location ou la propriété de locaux ; ex. des rigidités géographiques du marché du travail), nouveaux moteurs économiques (e-commerce, e-tourisme, etc.)
Monde civique	Intérêt collectif/général	Lien social, convivialité, entraide, égalité, partage de savoirs, libre-accès (logiciels libres, médias alternatifs, ...), développement durable et collaboratif, innovation sociale, nouvelles solidarités territoriales
Monde domestique	Tradition, famille/individu, maison, village	Outils individuels (Smartphone, tablettes, GPS, etc.) et réseaux sociaux/« communautés », objets connectés, domotique, ancrage, territorialisation, valorisation des ressources, vivabilité, cultures locales

Source : réalisation personnelle d'après les sites Internet des tiers lieux et BOLTANSKI L., THEVENOT L., 1991, *De la justification : les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 390 p