



HAL
open science

Révéler les circulations préférentielles - comment l'usage des lieux sert l'innovation collective

Etienne Capron, Dominique Sagot-Duvaurox, Raphaël Suire

► To cite this version:

Etienne Capron, Dominique Sagot-Duvaurox, Raphaël Suire. Révéler les circulations préférentielles - comment l'usage des lieux sert l'innovation collective. AIMS GT Innovation, IAE Lyon; AIMS, Mar 2021, Lyon, France. hal-03252173

HAL Id: hal-03252173

<https://univ-angers.hal.science/hal-03252173>

Submitted on 7 Jun 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Titre de la communication :

Révéler les circulations préférentielles - comment l'usage des lieux sert l'innovation collective.

Etienne Capron^{1,3}, Dominique Sagot-Duvaouroux^{1,3}, Raphaël Suire^{2,3}

1 : GRANEM – Université d'Angers

2 : LEMNA – Université de Nantes

3 : Projet ANR SCAENA

Contact : etienne.capron@univ-angers.fr

Résumé : Avec pour ambition de favoriser l'éclosion de communautés innovantes, de nombreux territoires ont entrepris la construction de tiers-lieux sensés favoriser les rencontres et échanges de connaissances. Cela fait écho à la littérature, qui a identifié le rôle central que jouent les lieux dans l'émergence et la structuration des communautés, et dans leur capacité à offrir des ressources aux entrepreneurs. Néanmoins, peu de travaux se sont attachés à comprendre comment ces ressources, distribuées parmi un ensemble des lieux sur un territoire, sont acquises et agrégées par les acteurs. Nous avançons que les membres d'une communauté fréquentent un ensemble de lieux, et que le motif ainsi dessiné forme une circulation préférentielle. À partir d'une analyse de réseau, cette communication vise à révéler les patterns de fréquentation d'une communauté de pratique à Nantes. Les résultats révèlent des schémas similaires parmi les acteurs identifiés, mais également des trajectoires hétérogènes qui résultent d'une recherche de ressources différente.

Mots-clés : industries culturelles et créatives ; communautés ; circulations préférentielles ; lieux ; analyse de réseaux.

Ces dernières années, certaines politiques d'innovations se sont appuyées sur le concept de tiers-lieu (Oldenburg, 1989; Pignot & Saez, 2018) dans l'optique de favoriser le développement de communautés d'innovation sur leur territoire. L'idée sous-jacente est que ces lieux, pourtant variés dans leur nature (cafés, bars, espaces de *coworking*, bibliothèques...), favorisent les rencontres informelles, les échanges de connaissances, et consécutivement la formation de communautés (Grandadam, Cohendet, & Simon, 2013). Cela vaut particulièrement pour les industries culturelles et créatives (Currid, 2007). Or, l'application de cette vision a parfois pu se faire avec la croyance implicite que le lieu crée la communauté et celle-ci se doublant de la méconnaissance des usages existants, réels des collectifs déjà établis sur le territoire.

Ainsi, nous avançons l'idée que parmi l'ensemble des lieux d'une ville ou d'un quartier où pourraient se rendre les membres d'une communauté, ces derniers en choisissent certains car ces espaces leurs offrent des ressources spécifiques nécessaires au processus d'innovation. Ces combinaisons de lieux forment alors ce que nous appelons des circulations préférentielles, des motifs individuels et collectifs de fréquentation de lieux producteurs de ressources pour les communautés d'innovation (Sarazin, Cohendet, & Simon, 2017). Que révèlent-elles des processus d'innovation d'une communauté ? L'objectif de cette communication est de proposer une approche structurelle pour mieux saisir les dynamiques d'innovation collective (Suire, Berthinier-Poncet, & Fabbri, 2018) à l'échelle d'un territoire. Pour cela, nous appliquons le concept de circulations préférentielles au cas de la communauté vidéo-mapping à Nantes.

La littérature centrée sur les processus d'innovation territorialisés a mis en lumière le rôle primordial des lieux dans la formation des communautés. Celles-ci peuvent prendre deux formes typiques : les communautés épistémiques, des collectifs qui créent et codifient des connaissances nouvelles (Haas, 1992), et les communautés de pratique, composées d'individus partageant leurs expériences en vue d'améliorer leur pratique commune (Wenger, 2000). À ce titre, les lieux constituent l'un des quatre piliers du *middleground* (également composé des événements, projets et espaces cognitifs) qui connecte les activités créatives souterraines, peu visibles de l'*underground* avec les organisations formelles d'un territoire (l'*upperground*) (Cohendet, Grandadam, & Simon, 2009 ; 2010). Dans ce canevas, les lieux ont un rôle d'intermédiation entre des acteurs a priori déconnectés. Mais ce qu'offrent les lieux est avant tout un espace physique favorable aux interactions sociales, et qui est caractérisé par les acteurs en présence, les contraintes physiques, les institutions et les pratiques locales (Punstein &

Glückler, 2020). Ainsi, différents paramètres entre en ligne de compte : la localisation du lieu, sa taille, la politique tarifaire, les équipements disponibles, l'orientation de la programmation... (Kloosterman, 2014). Tout cela va conditionner l'affordance d'un lieu, autrement dit son potentiel d'action pour les acteurs qui le fréquentent (Emin & Sagot-Duvaurox, 2016). Ainsi, nous pouvons avancer que selon le type de lieu considéré et ses caractéristiques propres, des propriétés différentes peuvent leur être attribuées : favoriser les rencontres informelles nécessaires à l'échange d'idées ou d'opportunités de travail (Andrews, 2019; Currid, 2007), donner accès à des équipements ou du matériel nécessaire au prototypage (Gibson, 2005; Suire, 2019), activer des collaborations (Emin & Sagot-Duvaurox, 2016), promouvoir une innovation auprès d'un public spécialiste ou profane (Lange & Schüßler, 2018), rendre visible des activités informelles (Dechamp & Szostak, 2016)... Mais ces ressources, bien que recherchées par les acteurs, sont inégalement distribuées parmi les lieux. En fréquentant plusieurs lieux, un individu peut agréger des ressources hétérogènes et potentiellement complémentaires. Il peut notamment croiser des membres de communautés différentes et s'inspirer de leurs visions ou connaissances (Capdevila, Cohendet, & Simon, 2018). Et rappelons également que derrière le terme de lieu se cache une variété d'espaces parmi lesquels nous retrouvons les lieux de production (où un individu travaille, crée, expérimente), de diffusion (où les productions sont alors présentées aux publics) ou de consommation (où un individu vient apprendre, s'inspirer ou rencontrer des pairs). En somme, la fréquentation des lieux par les membres d'une communauté pourrait dépendre des qualités qu'ils trouvent dans ces espaces et des ressources qu'ils cherchent à acquérir.

Pour autant, plusieurs inconnues demeurent. Si à l'échelle d'un territoire il a été montré que la présence d'une vie sous-culturelle variée organisée autour lieux hétérogènes favorise les dynamiques entrepreneuriales dans le domaine des technologies numériques (Audretsch, Lehmann, & Seitz, 2017), peu de travaux expliquent les raisons pour lesquelles certains endroits plutôt que d'autres sont fréquentés par une communauté. Dans l'hypothèse que les lieux offrent des ressources (sociale, cognitive, matérielle, financière ou symboliques) aux membres d'une communauté, comment expliquer le choix d'un endroit plutôt qu'un autre ? Que nous apprennent les combinaisons de lieux effectuées par les membres d'une communauté de leur mode d'innovation ?

Afin de répondre à ces questions, nous proposons une étude de cas unique de la communauté vidéo-mapping à Nantes. Cette pratique, qui mêle création artistique et technologies numériques, peut être définie comme la projection d'images fixes ou animées sur

des volumes (bâtiment, sculpture...) à l'aide de vidéoprojecteurs et de logiciels adaptés. La communauté que nous avons identifiée se compose de trois sous-groupes, et dans chacun les membres défendent une vision différente de la pratique. Les données utilisées proviennent de deux sources : 18 entretiens semi-directifs réalisés entre Septembre 2019 et Février 2020, où les enquêtés citent les lieux qu'ils fréquentent et expliquent ce qu'ils y font principalement, et des données de seconde main (programmations de lieux, sites web, publications sur Facebook/Instagram) qui complètent les informations récupérées lors des entrevues. Cela nous a ensuite permis de conduire une analyse quantitative et qualitative du réseau de lieux.

De l'analyse, nous retenons plusieurs éléments à partir des motifs individuels et collectifs qui se dessinent. Premièrement, certains lieux sont fréquentés par la majorité des acteurs identifiés et se situent à la frontière des trois groupes. Ils pourraient donc favoriser les connexions *inter*-groupes. Cela entre en résonance l'idée d'attachement préférentiel (Barabási & Albert, 1999; Ahuja, Soda, & Zaheer, 2012), soit le fait que les nœuds d'un réseau se connectent davantage avec d'autres nœuds ayant déjà de nombreuses connexions. Dans notre cas, cela signifierait que les lieux très fréquentés attirent toujours plus de fréquentation. En fait, les acteurs étudiés s'y rendent régulièrement pour visiter des expositions et assister à des concerts (ressource cognitive) ou y voir des amis (ressource sociale). Pourtant, ils ne créent pas tellement de connexions dans la communauté vidéo-mapping. Cela s'explique par le fait que les activités dédiées à cette pratique sont peu nombreuses et irrégulières. Parmi tous les acteurs de notre échantillon, seuls quelques uns bénéficient de ressources matérielles, financières et symboliques lorsqu'ils se produisent dans ces lieux à forte visibilité. Cela pourrait donc signifier que les ressources offertes par ces lieux pour la communauté dans son ensemble sont génériques. Deuxièmement, des lieux ne sont fréquentés que par des groupes en particulier. Ils agissent comme des espaces de rencontre *intra*-groupe, où des connaissances sont échangées et des compétences partagées. C'est également là que les cadres de références se forment (Cattani, Falchetti, & Ferriani, 2020), favorisant alors le développement d'un horizon d'attente commun pour ceux qui les fréquentent. À l'inverse des premiers lieux, ceux-ci sont principalement des espaces de travail pour les enquêtés, et ils offrent des ressources spécifiquement liées à la pratique de la communauté. Dans ce cas de figure où le lieu fait la communauté, les individus créent des liens forts (Granovetter, 1973, 1985), favorisant les relations de confiance et les collaborations. Enfin, nous identifions des combinaisons de lieux différentes selon les individus. Si nous observons des récurrences dans les lieux fréquentés (notamment dans les lieux culturels *mainstream*), nous voyons également des disparités dans les types de lieux

fréquentés. Cela suggère que des attitudes exploratoires ou d'exploitation (March, 1991) sont développées par les membres de la communauté.

Notre approche prend racine dans l'idée que les réseaux ne se constituent pas au hasard et qu'ils offrent un contexte pour l'action (Burt, 2004). Nous appliquons cette vision aux lieux fréquentés par les communautés d'innovation : ils offrent des ressources différentes, mais potentiellement nécessaires au développement d'une communauté. Mais cela est a priori difficilement perceptible. Ce travail contribue ainsi à une meilleure compréhension des phénomènes d'innovation collective par la mise en lumière de réseaux de lieux fréquentés par une communauté (de pratique ou épistémique). De plus, il permet d'envisager une catégorisation plus fine des lieux dans la variété des ressources qu'ils offrent aux communautés d'innovation et aux entrepreneurs. D'un point de vue managérial, cette étude souligne l'intérêt de favoriser l'adaptation des lieux aux communautés, et non de créer des lieux avec l'idée que la communauté s'en saisira d'elle-même.

Bibliographie :

- Ahuja, G., Soda, G., & Zaheer, A. 2012. Introduction to the Special Issue: The Genesis and Dynamics of Organizational Networks. *Organization Science*, 23(2): 434–448.
- Andrews, M. 2019. *Bar Talk: Informal Social Interactions, Alcohol Prohibition, and Invention*. SSRN Scholarly Paper no. ID 3489466, Rochester, NY: Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3489466>.
- Audretsch, D. B., Lehmann, E. E., & Seitz, N. 2017. *Cultural Amenities, Subcultures and Entrepreneurship*. SSRN Scholarly Paper no. ID 2932887, Rochester, NY: Social Science Research Network.
- Barabási, A.-L., & Albert, R. 1999. Emergence of Scaling in Random Networks. *Science*, 286(5439): 509–512.
- Capdevila, I., Cohendet, P., & Simon, L. 2018. From a local community to a global influence. How elBulli restaurant created a new epistemic movement in the world of haute cuisine. *Industry and Innovation*, 25(5): 526–549.
- Cattani, G., Falchetti, D., & Ferriani, S. 2020. Innovators' Acts of Framing and Audiences' Structural Characteristics in Novelty Recognition. In J. Strandgaard Pedersen, B. Slavich, & M. Khairé (Eds.), *Technology and Creativity: Production, Mediation and Evaluation in the Digital Age*: 13–36. Cham: Springer International Publishing.
- Cohendet, P., Grandadam, D., & Simon, L. 2009. Economics and the ecology of creativity: Evidence from the popular music industry. *International Review of Applied Economics*, 23(6): 709–722.
- Cohendet, P., Grandadam, D., & Simon, L. 2010. The Anatomy of the Creative City. *Industry & Innovation*, 17(1): 91–111.
- Currid, E. 2007. *The Warhol Economy. How fashion, art & music drive New York City*.

Princeton: Princeton University Press.

Dechamp, G., & Szostak, B. 2016. Créativité organisationnelle et territoire créatif: Nature de l'influence et enjeux stratégiques pour les organisations. *M@n@gement*, 19(2): 61.

Emin, S., & Sagot-Duvaouroux, D. 2016. L'émergence de dynamiques coopératives: L'exemple d'un réseau d'entreprises créatives co-localisées, Une approche par l'économie des proximités. *Géographie Économie Société*, 18(4): 525–550.

Gibson, C. 2005. Recording Studios: Relational Spaces of Creativity in the City. *Built Environment*, 31(3): 192–207.

Grandadam, D., Cohendet, P., & Simon, L. 2013. Places, Spaces and the Dynamics of Creativity: The Video Game Industry in Montreal. *Regional Studies*, 47(10): 1701–1714.

Granovetter, M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3): 481–510.

Granovetter, M. S. 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6): 1360–1380.

Haas, P. M. 1992. Introduction: Epistemic Communities and International Policy Coordination. *International Organization*, 46(1): 1–35.

Kloosterman, R. C. 2014. Cultural Amenities: Large and Small, Mainstream and Niche—A Conceptual Framework for Cultural Planning in an Age of Austerity. *European Planning Studies*, 22(12): 2510–2525.

Lange, B., & Schübler, E. 2018. Unpacking the middleground of creative cities: Spatiotemporal dynamics in the configuration of the Berlin design field. *Regional Studies*, 52(11): 1548–1558.

March, J. G. 1991. Exploration and Exploitation in Organizational Learning. *Organization Science*, 2(1): 71–87.

Oldenburg, R. 1989. *The great good place: Cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day* (1st ed). New York: Paragon House.

Pignot, L., & Saez, J.-P. 2018. Présentation. *L'Observatoire*, N° 52(2): 7–8.

Punstein, A. M., & Glückler, J. 2020. In the mood for learning? How the thought collectives of designers and engineers co-create innovations. *Journal of Economic Geography*, 20(2): 543–570.

Sarazin, B., Cohendet, P., & Simon, L. (Eds.). 2017. *Les communautés d'innovation: De la liberté créatrice à l'innovation organisée*. Caen: Éditions EMS, Management & Société.

Suire, R. 2019. Innovating by bricolage: How do firms diversify through knowledge interactions with FabLabs? *Regional Studies*, 53(7): 1–12.

Suire, R., Berthinier-Poncet, A., & Fabbri, J. 2018. Les stratégies de l'innovation collective: Communautés, organisations, territoires. (R. Suire, A. Berthinier-Poncet, & J. Fabbri, Eds.) *Revue Française de Gestion*, 44(272): 71–84.

Wenger, E. 2000. Communities of Practice and Social Learning Systems. *Organization*, 7(2): 225–246.