

Les villes et les cycles de créativité à travers l'Histoire *Manchester, Montréal... Mulhouse?*

Jean-Alain HERAUD

Société d'Histoire et de Géographie de Mulhouse

3 mars 2016

Introduction

- Certaines villes ont été le théâtre d'épisodes particulièrement créatifs dans l'Histoire
- C'est le cas de **Manchester** à la fin du 18^{ème} siècle avec une vague d'innovations fondamentales, mais aussi de **Mulhouse** : *la Manchester française*, particulièrement dans le cadre de la seconde révolution industrielle
- Les deux villes ont connu des hauts et des bas
- **Montréal** est un exemple récent de « ville créative » qui a su rebondir en se réinventant après une crise importante dans les années 1980-90. C'est un exemple largement médiatisé et même théorisé dans la littérature. Moins connu peut-être mais très intéressant: le cas de **Manchester**
- Comment analyser ces phénomènes? Quelles leçons en tirer?
- Cela nous mènera à réfléchir sur la *créativité* (individuelle, organisationnelle, territoriale...) et à travailler sur le lien entre créativité et innovation (économique et sociale).

1. Manchester



Des hauts et des bas...

...AND ON THE SIXTH DAY, GOD CREATED MANCHESTER.

Manchester
Quelles sont les clés de sa mutation économique?

Dr Mickael Benaim | Research Associate

MIOIR/ Manchester Business School | University of Manchester

 
The University of Manchester
Manchester Business School

mickael.benaim@mbs.ac.uk

Présentation de Mickael Benaim

Research associate Manchester Business School
et Chercheur associé BETA, Unistra CNRS

Conférence ADEUS 2015

Une ville, un passé industriel et scientifique...



Révolution industrielle, autour de 1760 "Cottonpolis"



Bridgewater canal



Mackintosh



Atomic Theory, 1803 John Dalton



James Prescott Joule



Le 1er sous-marin 1878



H. Royce & C. Rolls



Marx et Engels



Les travaux d'Alan Turing et le 1^{er} Ordinateur Programmable (1948) de T. Kilburn et F. Williams



First Passenger Railway, 1830



Whitworth

Un contexte national et régional déprimé: 80-90s

Prêts du FMI de \$4 Mrds en 1976...



Les grèves de 1984



Attentat de l'IRA centre-ville de Manchester (1996)

Déclins (de la production textile et des activités portuaires) amorcés dès les années 60....



Et malgré cela...

Entre 2003 et 2013: la population augmente de 6,5% dans la zone métropolitaine
Création d'entreprises: +20%
Croissance des emplois dans des secteurs clés comme les services:
particulièrement le numérique et les KIBS (*Knowledge Intensive Business Services*)

En 2013:

100 000 étudiants (dont 18% d'étrangers)
2000 entreprises étrangères
5 millions de visiteurs pour conférences ou pour affaires
20 millions de passagers à Manchester Airport

Quelques clés pour comprendre cette croissance à la fois endogène (créativité) et exogène (attractivité)

- Des politiques de régénération urbaine axées sur la culture et l'innovation: *Manchester international festival, Jeux du Commonwealth, Quartier culturel de Oldham, Imperial war museum, Manchester science park, Conference centers...*
- Politique de *Creative credits*
- Contexte national: renforcement du pouvoir des métropoles, rôle des PPP, « régionalisation » (*devolution*) asymétrique et métropolitaine à l'anglaise
- Contexte local: poids de l'ESR, des médias, culture d'entrepreneurs... mais aussi des mouvements alternatifs (*undergrounds*)



- Il reste cependant des défis à relever: chômage, santé, éducation, inégalités, devenir une vraie place internationale...
- Quels principes politiques adopter? (synthèse de M. Benaim):
 - **Conserver** les héritages, valeurs et identités
 - **Inclure**: approche holistique et sociale du développement
 - **Innover** en tirant parti des crises pour se repenser

Quelles leçons pour le développement territorial?

Une typologie empruntée à René Kahn

TROIS MODELES DE DEVELOPPEMENT REGIONAL	Développement en filière	Développement exogène	Développement endogène cognitif
Moteur du développement	Spécialisation régionale	Appel aux IDI Tourisme Attirer des créatifs	Valorisation des ressources immatérielles pour renforcer la compétitivité de l'existant
Formes spatiales concrètes	SPL Clusters Régions fortement spécialisées Districts industriels	Villes internationales Régions ouvertes aux IDI Villes créatives	Pôles d'économie du patrimoine Pôles de compétitivité SRI Régions apprenantes Régions scientifiques
Action des collectivités & Ressources culturelles mobilisées	Soutien aux filières Valorisation des savoir-faire traditionnels Culture du partenariat Choix des secteurs	Recherche de l'excellence Renforcer l'attractivité Marketing territorial Evénements culturels	Apprentissages & Fertilisation croisées Capital social Culture de l'innovation Culture scientifique Patrimoine

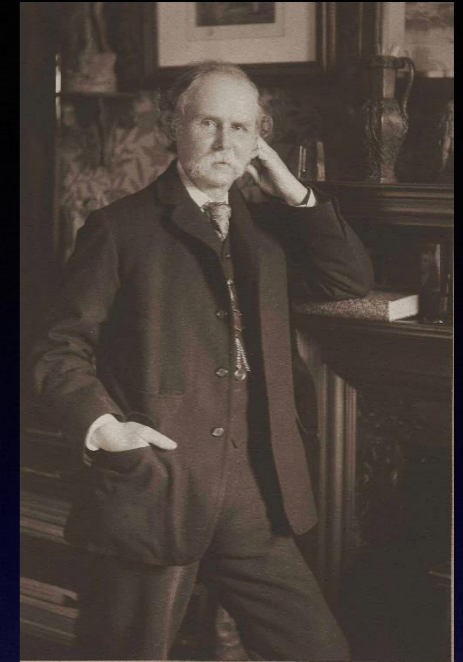
2. Innovation et territoires



Rappels d'histoire de la pensée économique

- Ecole néoclassique: Marshall vs Walras
 - Economie d'échange ou de production?
 - Economie « hors d'équilibre »
- Marx et Schumpeter: dynamique des systèmes dans l'histoire (vers une théorie de l'évolution)
- Connaissance et créativité: Quelle est la source de l'évolution? Ses mécanismes? Ses acteurs?

Alfred Marshall



Au fondement de l'approche néoclassique tout autant que des approches « hétérodoxes » en économie de l'innovation...

(Nelson, Winter, Freeman, Dosi, von Hippel....)

... et de l'économie géographique contemporaine

(Ron Boschma, etc.)

Comprendre la révolution industrielle (le cas de Manchester)

- Pourquoi la révolution industrielle s'est-elle faite en un endroit précis? (*Why do innovative firms tend to cluster in specific locations?*)
- Rôle des externalités géographiques (infrastructures mais aussi externalités de connaissance: *the ideas are in the air*)
- Les théories contemporaines des milieux innovants, les politiques de clusters, les réflexions en termes d'écosystèmes d'innovation, etc., ne font que développer l'intuition de Marshall

Joseph A. Schumpeter (1883-1950)

le père des théories de l'innovation
et de l'économie évolutionniste



Les innovations selon Schumpeter:

- New markets or products
- New equipment
- New sources of labor and raw materials
- New methods of organization or management
- New methods of transportation or communication
- New methods of advertising and marketing

Mais surtout

Une théorie de la **destruction créative**

(schöpferische Zerstörung)

Modèle éclairant au niveau individuel,
organisationnel, macroéconomique, territorial

Richard Florida

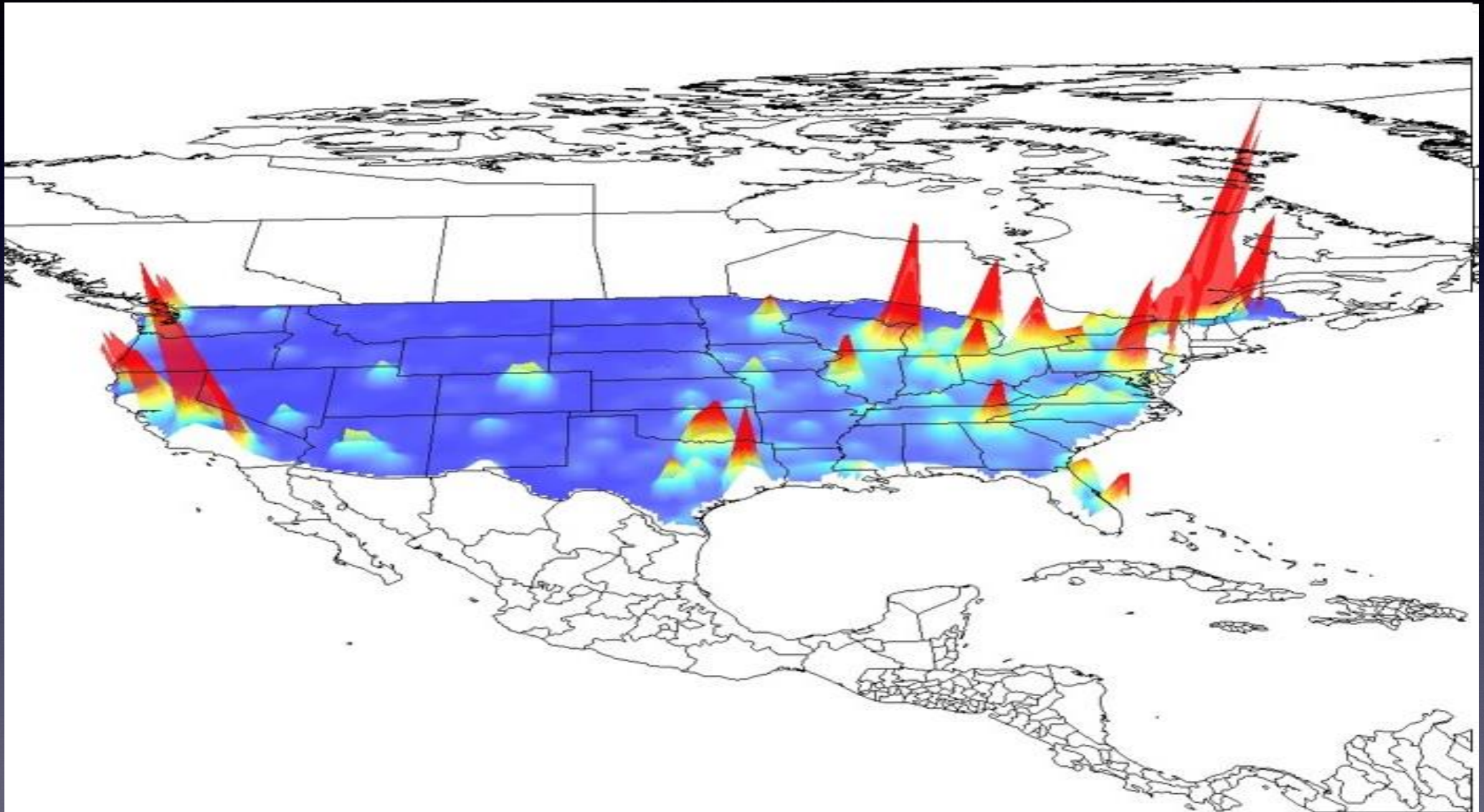
et la **créativité** after a crisis



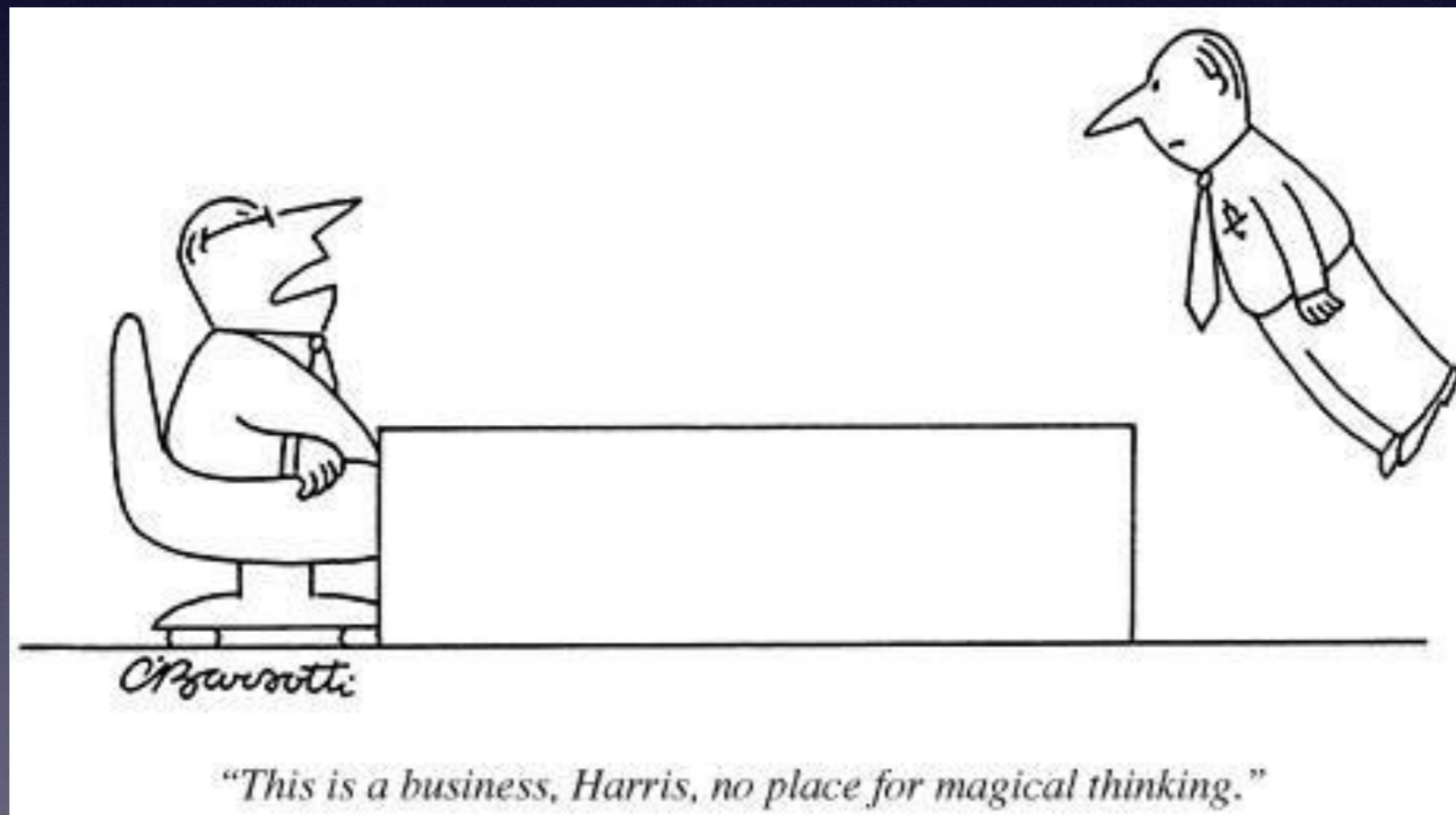
- Richard Florida (2002): *The rise of the creative class*
- To sum up:
 - In the knowledge-based and innovative world, **creative people** are the most important asset.
 - **Jobs follow creative people:** economic development crucially depend on them, for designing, producing and even consuming innovative products or services.
 - If you have not enough of them, try to **attract** them!
 - **People's climate:** they need many sorts of urban amenities, but - most important - they like cultural variety and places where their talents can develop with few constraints. Be tolerant!

Geography of talents

(Richard Florida)



3. Créativité



Trois exemples de créativité

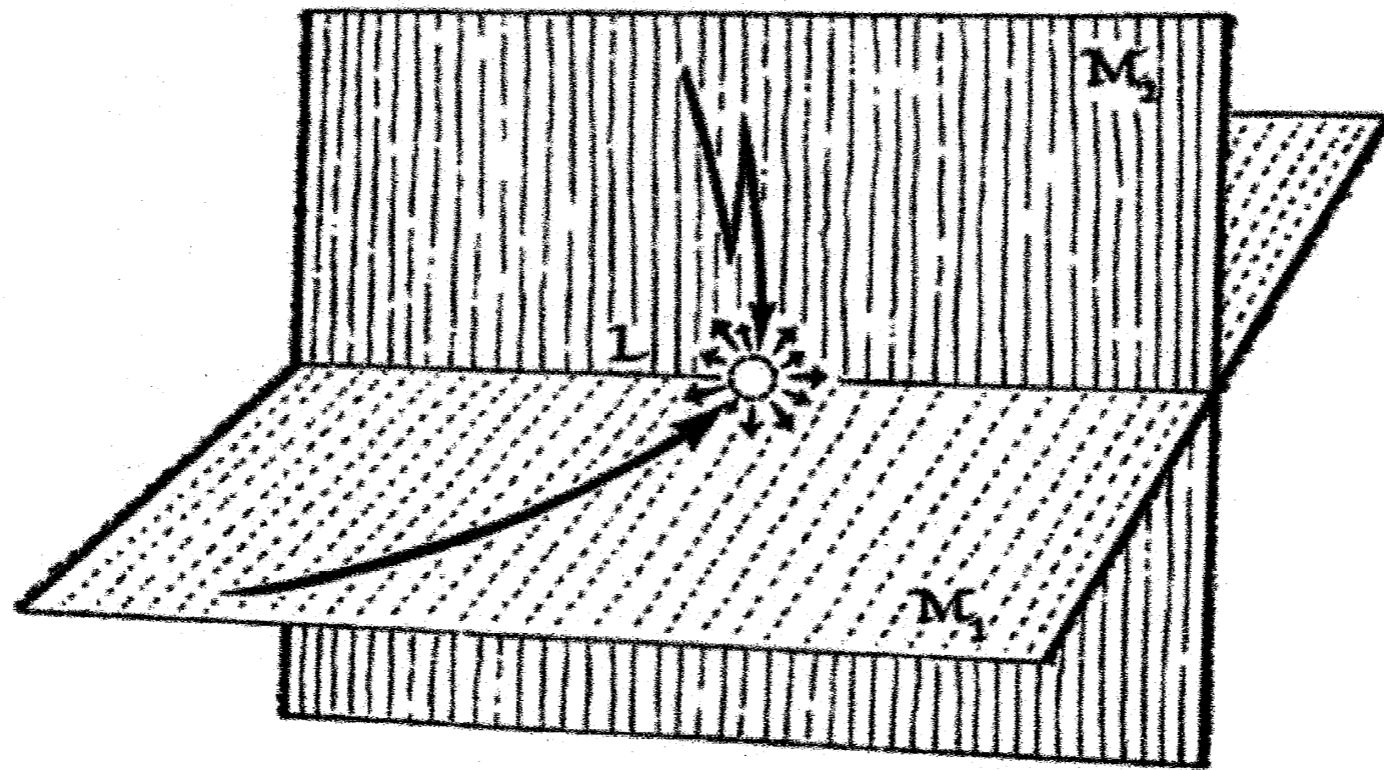
Domaine	Activité	Résultat	Logique
Science	Recherche fondamentale	Découverte	Comprendre le monde (projeter un sens)
Technologie	Recherche appliquée	Invention	Produire un artefact
Economie et société	Développement industriel et commercial	Innovation	Transformer le monde (ventes, profits, emplois, utilité sociale....)

Idée générale concernant la créativité

- On ne crée pas à partir de rien
- La création « incrémentale » est un approfondissement de la connaissance en restant dans un même contexte cognitif
- La création radicale (*thinking out of the box*) suppose une vraie rupture cognitive
- Comment est-ce possible?
- Généralement par un croisement d'espaces: rôle de la métaphore en science, métissages en art, carambolages humoristiques...

L'acte de création selon Arthur Koestler: *la bisociation*

Figure 1. La bisociation¹



The Act of Creation (Le cri d'Archimède), 1964

La créativité de l'humoriste, de l'artiste, du scientifique

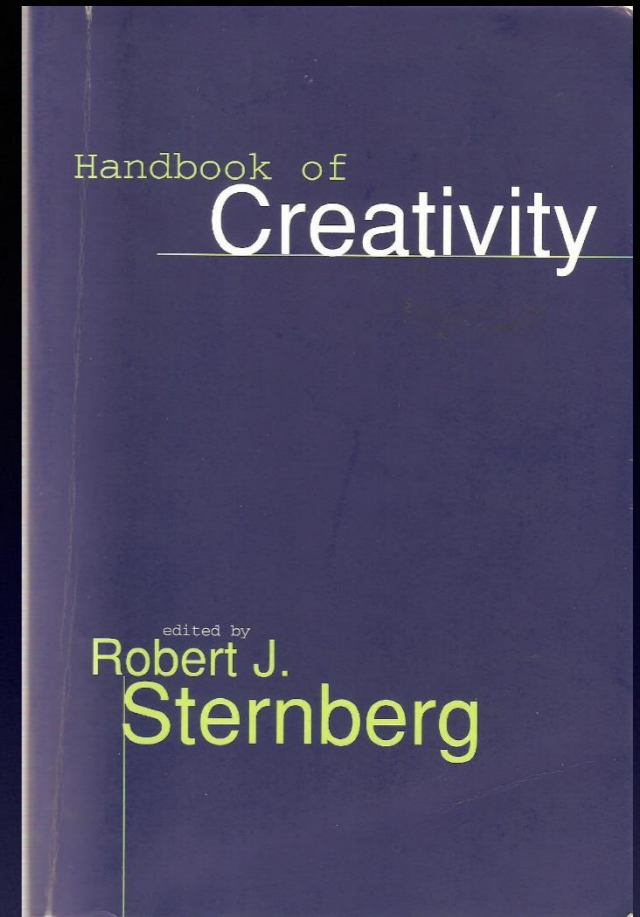
Cf le chapitre de P. Cohendet sur A. Koestler dans *Les grands auteurs en management de l'innovation et de la créativité*, ed. EMS, 2016.

- La créativité de l'humoriste consiste à remplacer le cadre de pensée initial par un autre cadre alternatif provoquant l'effet comique: on associe des choses normalement non associables car appartenant à des champs cognitifs distincts (*bisociation*)
- La créativité de Picasso dans l'émergence du cubisme résulte de la *bisociation* opérée entre le travail d'abstraction de Cézanne et la représentation des masques africains
- Le cri d'Archimède correspond au moment critique de *bisociation* entre la représentation du cadre mathématique et l'observation (dans son bain) du liquide déplacé

De l'humour à propos de la créativité elle-même

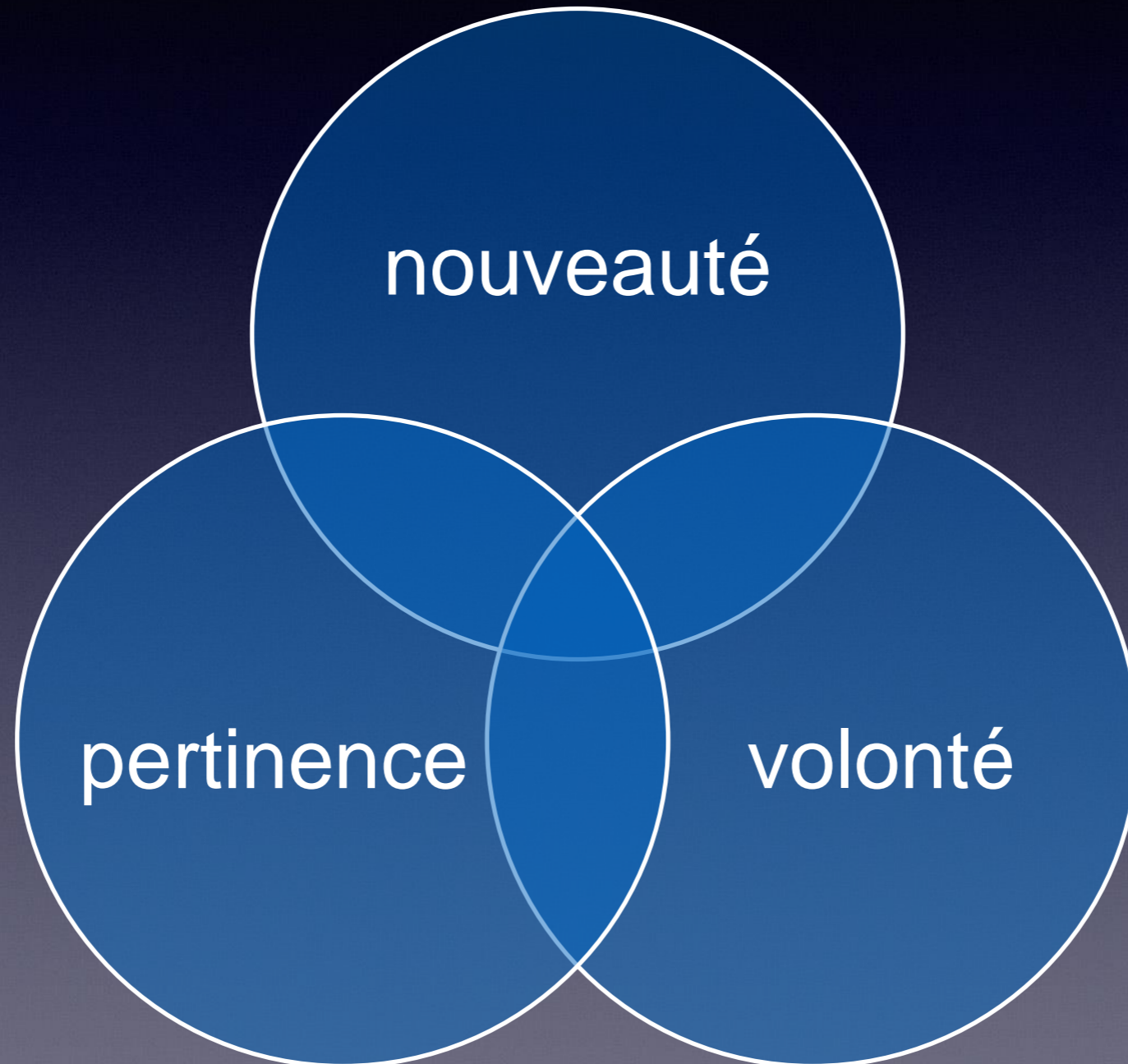


La définition de la créativité par Sternberg:

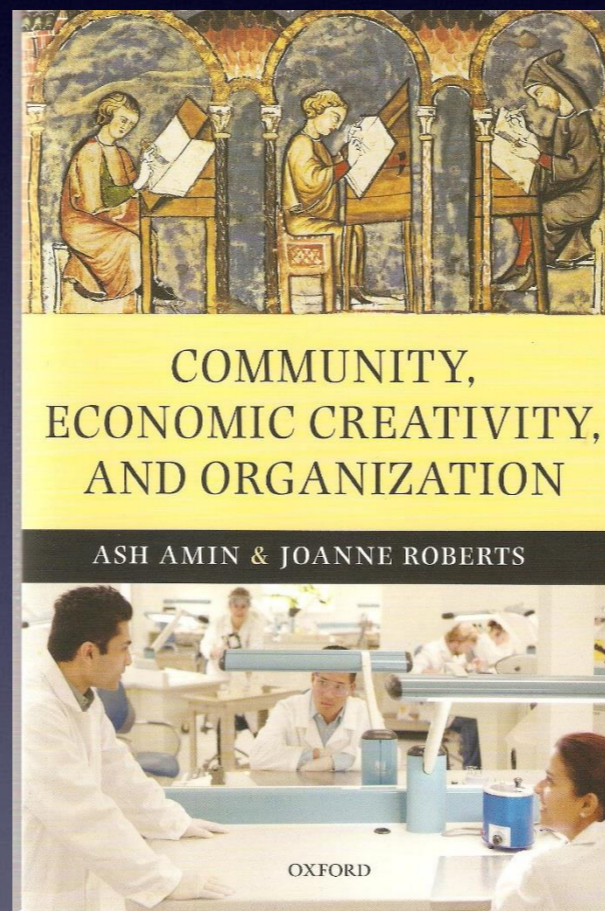


- "*Creativity is the ability to produce work that is both **novel** (i.e., original, unexpected)*
- *and **appropriate** (i.e., useful, adaptive concerning task constraints).*"

Vers une définition plus complète de l'idée créative (concept de projet innovant)



4. La créativité collective



Les communautés de connaissance

- - Pour certains sociologues, anthropologues ou gestionnaires, le *sujet* de la construction collective de connaissances nouvelles est souvent une *communauté de pratique* et non pas la « firme » des économistes ou toute autre forme d'organisation
- Des *communautés épistémiques* peuvent aussi être décrites, particulièrement dans le secteur de la recherche

Le rôle des chaînes de traduction et de diffusion

- Traduction, diffusion et enrôlement aboutissent à une création collective (M. Callon parle de *collectif de recherche distribué*)
- A. Amin et P. Cohendet décrivent des *architectures de connaissances*, avec contagion progressive des idées entre communautés de connaissance
- P. Cohendet et L. Simon testent cette approche sur le cas de la *ville créative* (Montréal) en observant trois niveaux fonctionnels: *underground, middleground, upperground*

Le rôle des individus particulièrement créatifs: *les Knowledge Angels*

- Les territoires particulièrement innovants sont souvent caractérisés par une forte densité de services spécialisés (KIBS, au sens de I. Miles)
- E. Muller, A. Zenker et J-A Héraud analysent le rôle créatif de *traducteur* des **Knowledge Angels** au sein des KIBS (ou autres *middlegrounds*?)
- Les travaux sur les dispositifs de recherche participative peuvent-elles s'inspirer de ces exemples ? Quels *middlegrounds*? Quels K*A ?

Créer et innover en réseau

On n'innove jamais seul:

- Partenaires (spontanés ou recherchés)
- Infrastructures physiques et immatérielles
- Communautés de pratique (E. Wenger)
- Communautés épistémiques (Haas, Cowan, Foray, Cohendet)
- Communautés culturelles (territoire)

Comment se construit une idée de rupture ?

Le processus d'idéation

(nous nous inspirons ici de P. Cohendet)

□ L'étincelle

“Expressing the breaking of the rules”, rédaction d'un “manifeste”

- Se produit au sein d'une communauté épistémique

□ La construction sociale de l'idée (Callon, 1999)

Sensemaking, finding allies, seducing, sharing the idea, alerting, convincing, learning by intrusion, clarifying, searching for legitimacy, etc.

- Se fait au sein de la communauté épistémique (écriture d'un “codebook”)
- Mais aussi en interaction avec des communautés de pratique diverses

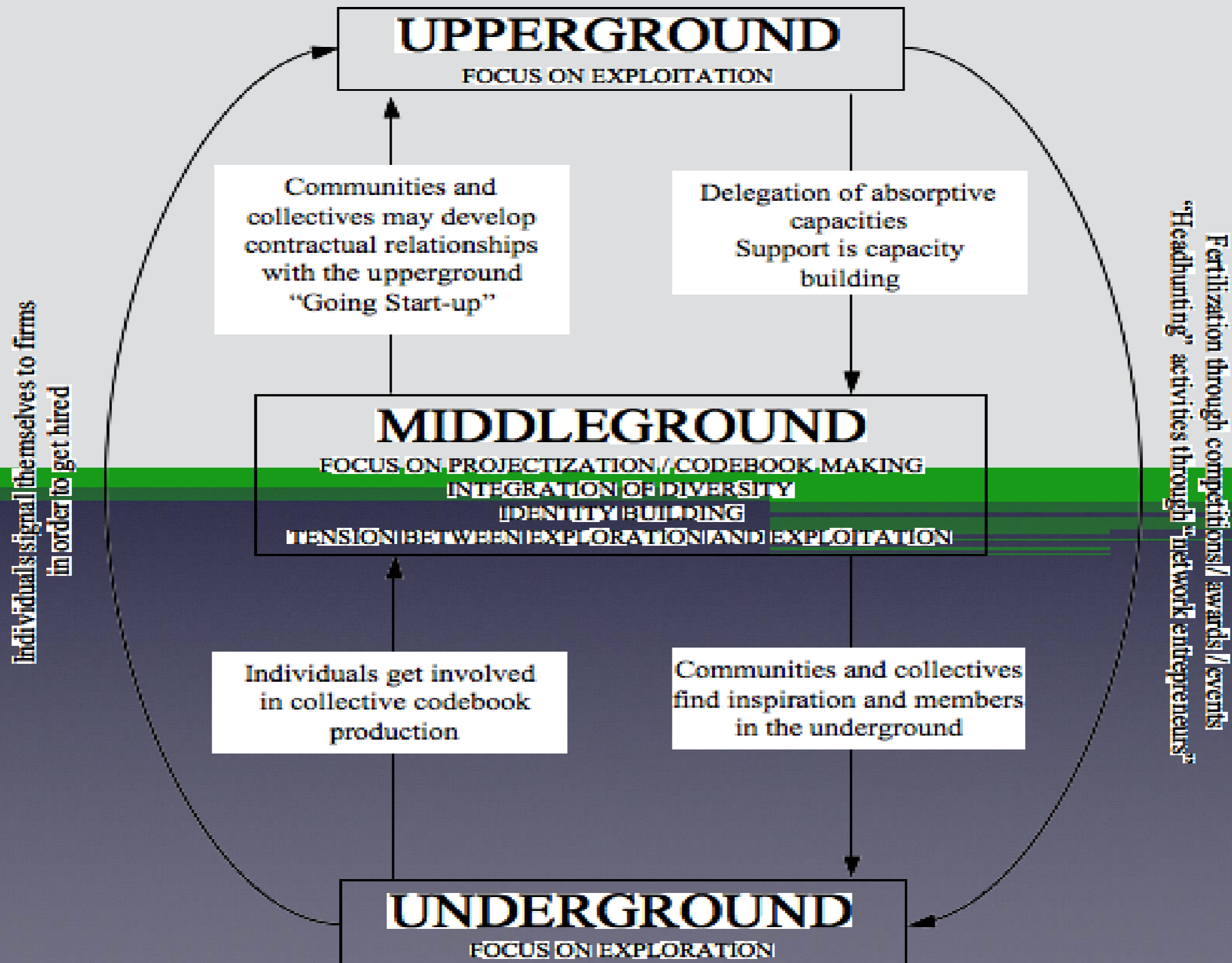
□ L'atterrissage

Reconfigurer l'idée pour la rendre intelligible dans les structures économiques et sociales courantes (aspect important pour la dimension “*pertinence*” de l'idée créative)

- Se fait au sein d'acteurs institutionnels (firmes, organismes publics, collectivités, etc.) et en relation avec le marché.

Comment tout cela peut-il se construire au niveau d'un territoire?

Le modèle de Cohendet *et al.* (et le cas de Montréal)



Diverses formes de *middleground*

- **Places**: the realm of near, intimate, and bounded relations, physically established
- **Spaces**: the realm of far, impersonal, and fluid relations, cognitive constructions (Amin 2004)
- **Projects** : engage local communities in conversations and common working
- **Events**: open the small local worlds to new global influences (Bathelt et al. , 2004).
- *Chaque territoire peut choisir ses armes dans la compétition pour la créativité*



Merci de votre attention

Jean-Alain HÉRAUD

Personal website
jaheraud.eu

heraud@unistra.fr