



États généraux de l'image en Alsace
26 février 2010

Innovation et créativité

Jean-Alain Héraud

BETA (UMR CNRS 7522)

Doyen de la Faculté des sciences économiques et de gestion



**Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522**

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG



FSEG
STRASBOURG
Faculté des sciences
économiques et de gestion

La créativité à l'honneur

Un contexte économique et politique

depuis 2000 l'Union Européenne s'est donnée pour but de **refonder l'économie et la société sur la connaissance** (objectif de Lisbonne)

La Commission a proclamé 2009

«Année européenne de la créativité et de l'innovation»

Cette initiative vise :

« à promouvoir les capacités de créativité et d'innovation en tant que compétences clés pour tous grâce à l'éducation et à la formation tout au long de la vie ».

« instaurer un environnement propice à toutes les formes de créativité et d'innovation, qu'elles soient artistiques, culturelles, sociales ou technologiques, et à favoriser l'utilisation pratique des connaissances et des idées »

Source : <http://tr.im/PJOY>



Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522



Un changement sémantique

une évolution sur plusieurs décennies



Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG



FSEG
STRASBOURG
Faculté des sciences
économiques et de gestion

Innovation et connaissance

le modèle linéaire classique

Champs	Activité	Résultat	Mesure
Science	Recherche fondamentale	Découverte scientifique	Publications
Technologie	Recherche appliquée	Invention	Brevets
Économie / société	Développement industriel et commercial	Innovation	Chiffre d'affaires, profits, emplois



Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522



Innovation et créativité

En fait, l'innovation, c'est...

**une idée nouvelle
+ un esprit d'entreprise**

La connaissance nouvelle :

**n'est pas nécessairement scientifique et technique
elle peut être organisationnelle, culturelle...**

L'idée nouvelle :

**n'est pas nécessairement connaissance formelle
elle peut être expression artistique, intuition,**



**Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522**



Innovation et réseau

On n'innove jamais seul...

Partenaires (spontanée ou recherchés)

Infrastructures physiques et immatérielles

Communautés de pratique

Communautés épistémiques

Communautés culturelles



**Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522**

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG



FSEG
STRASBOURG
Faculté des sciences
économiques et de gestion



Esprit ou culture d'entreprise

Ingrédient indispensable à l'innovation

Esprit individuel et / ou culture collective

Vision, conviction, leadership, etc.

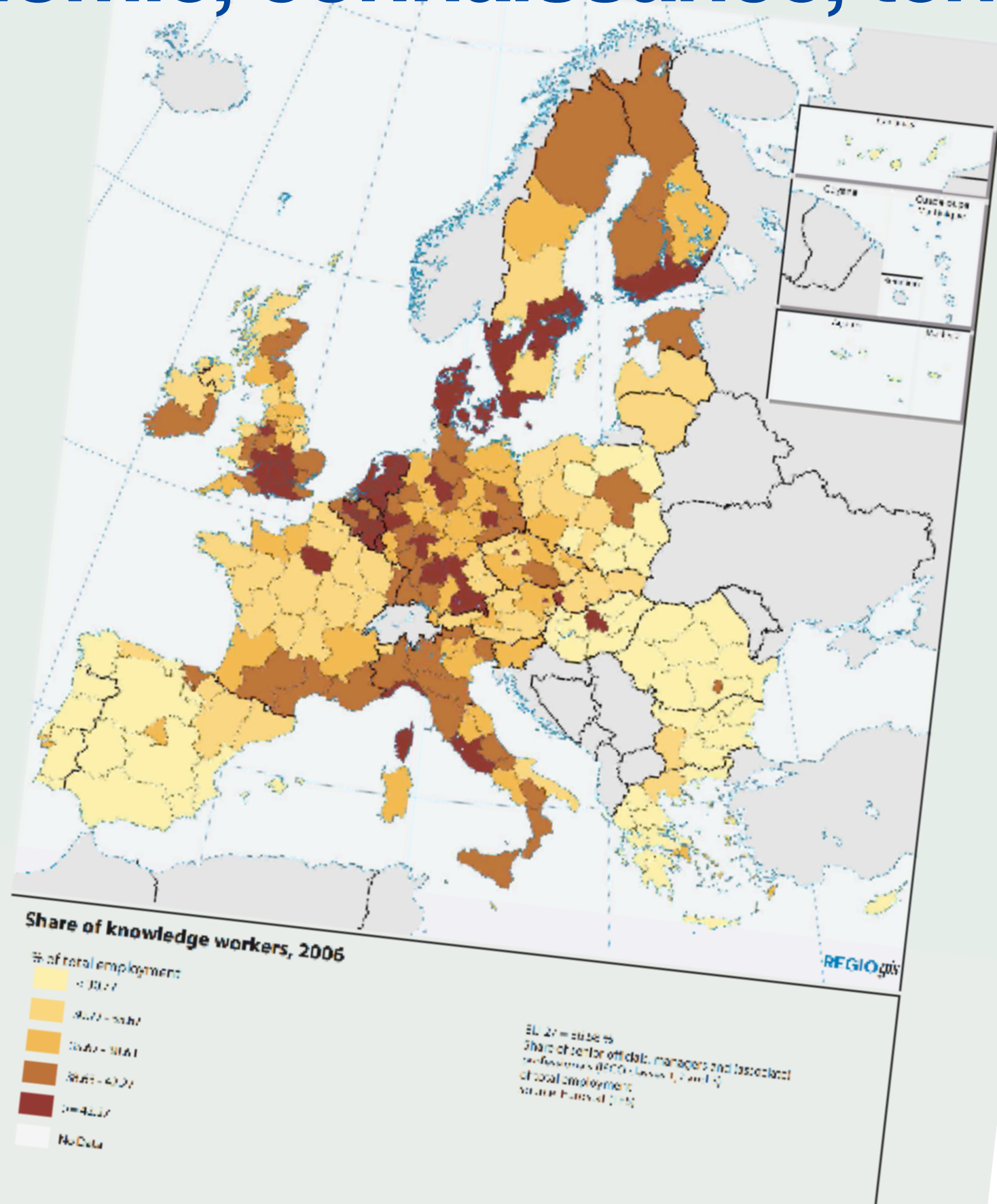
Territoires : développer ou attirer les talents



**Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522**



Économie, connaissance, territoire



Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522



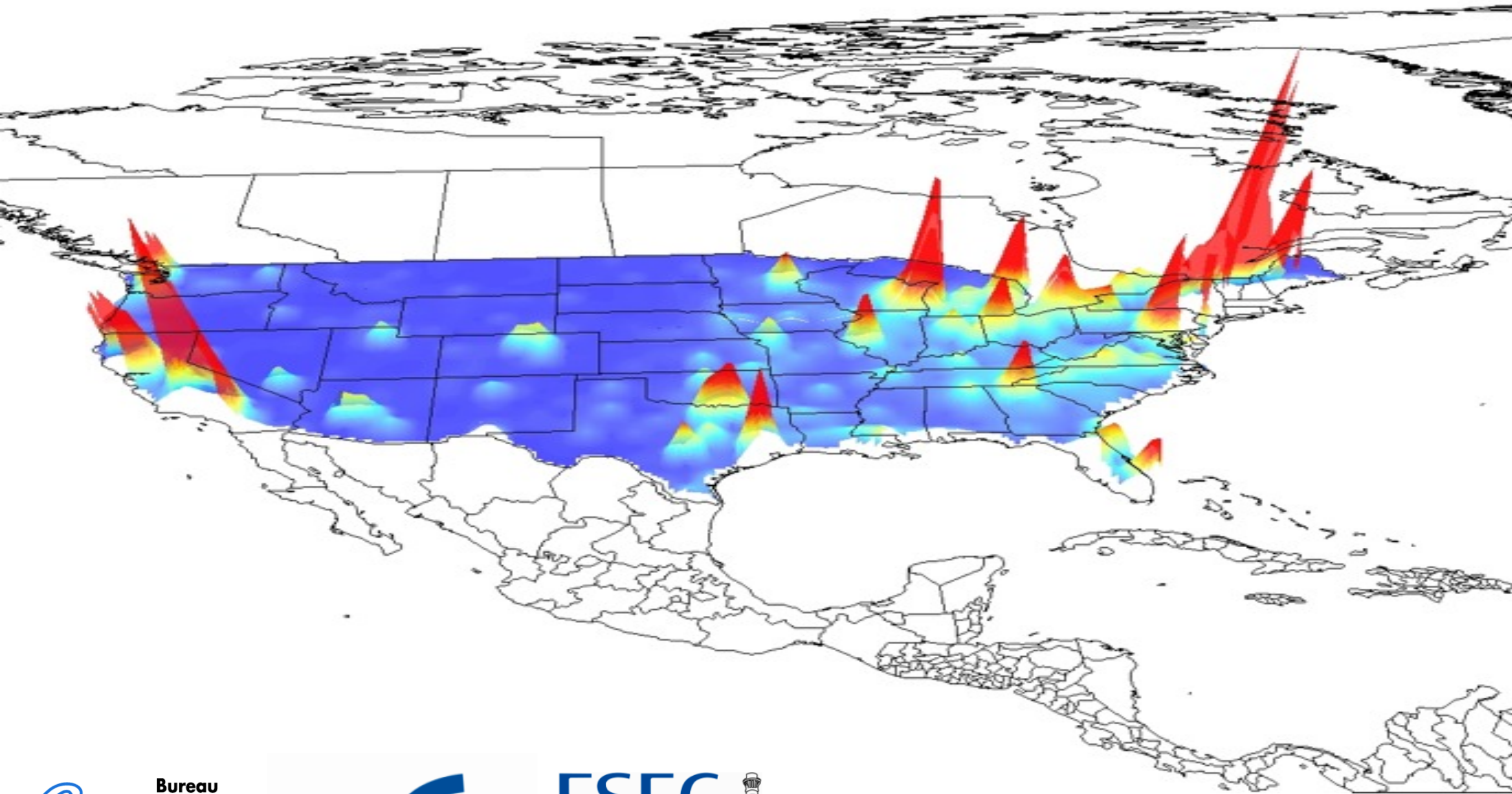
FSEG
STRASBOURG

Faculté des sciences
économiques et de gestion



Florida et le *talent mapping*

Pointes talentueuses de l'Amérique créative

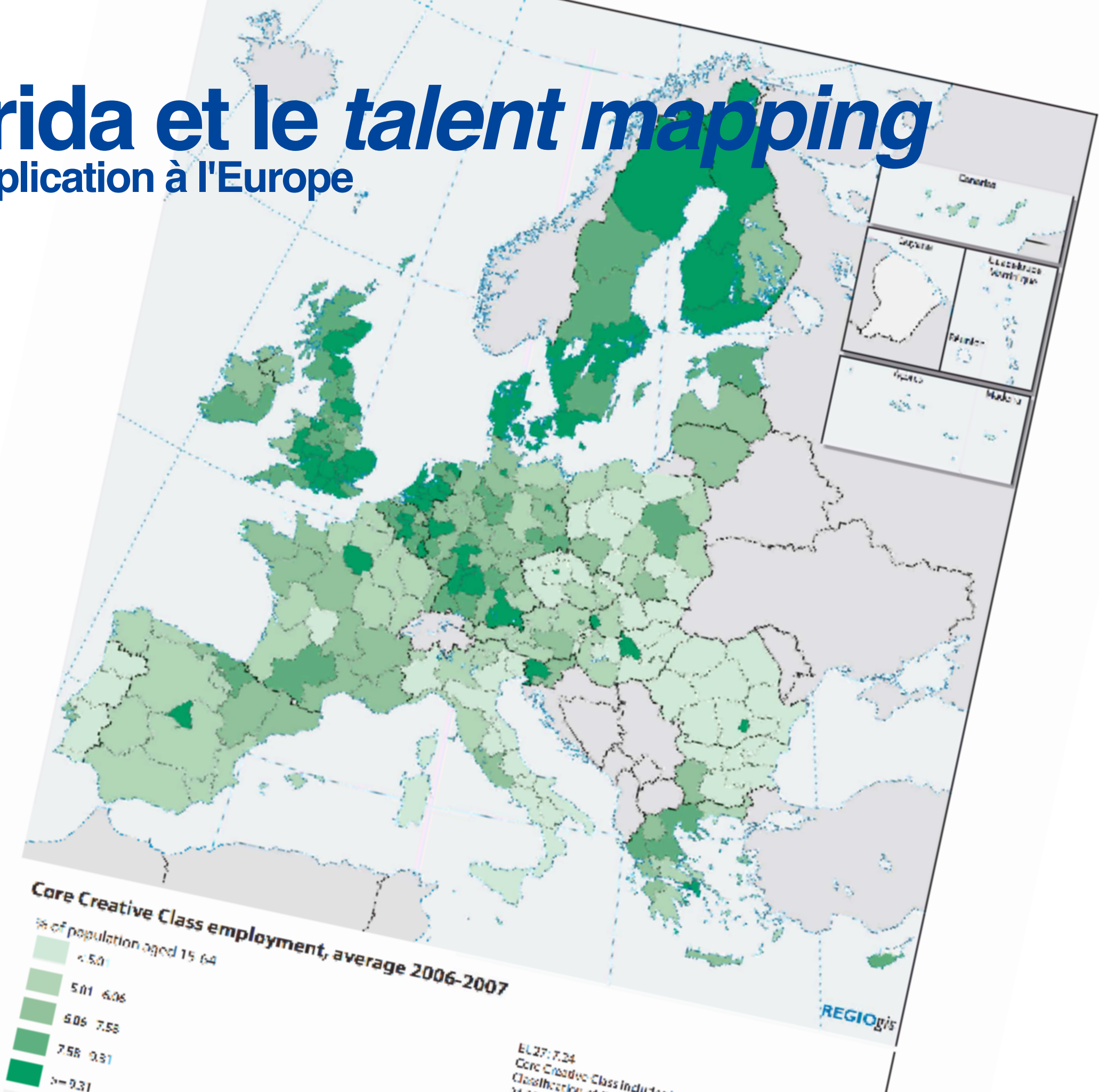


Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522



Florida et le *talent mapping*

Une application à l'Europe



UNIVERSITÉ DE STRASBOURG



FSEG
STRASBOURG



Faculté des sciences
économiques et de gestion



Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522

Enfin... créativité !

Correspond au **degré d'ouverture à la nouveauté**, sous toutes ses formes : idées, hommes, pratiques, ressources, capitaux...

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

- Sternberg / Labort (2008)



Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522



Industries culturelles | créatives

concept au coeur de l'économie créative

Les firmes innovantes ne sont pas seulement supportées par le monde de la science :

elle dépendent de *l'underground*, duquel une myriade d'idées créatives émergent

Les industries créatives stimulent la *capacité d'absorption* des autres acteurs :

GB : concentration à Londres et dans le Sud-est, représentant 50% du total de l'emploi dans les industries créatives du pays

FR : 50% des établissements culturels sur 3 régions (Ile-de-France, Languedoc-Roussillon et Provence-Alpes-Côte d'Azur)



Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522



Recommandations aux politiques

chercher à développer les industries créatives

Créer des lieux pour se retrouver

Diffuser les manifestations et activités artistiques / culturelles dans des lieux multiples et inattendus

Rééquilibrer l'affectation du budget de la culture, donnant plus de moyens aux créateurs

Associer davantage l'ensemble de la population

Rapprocher artistes et entreprises

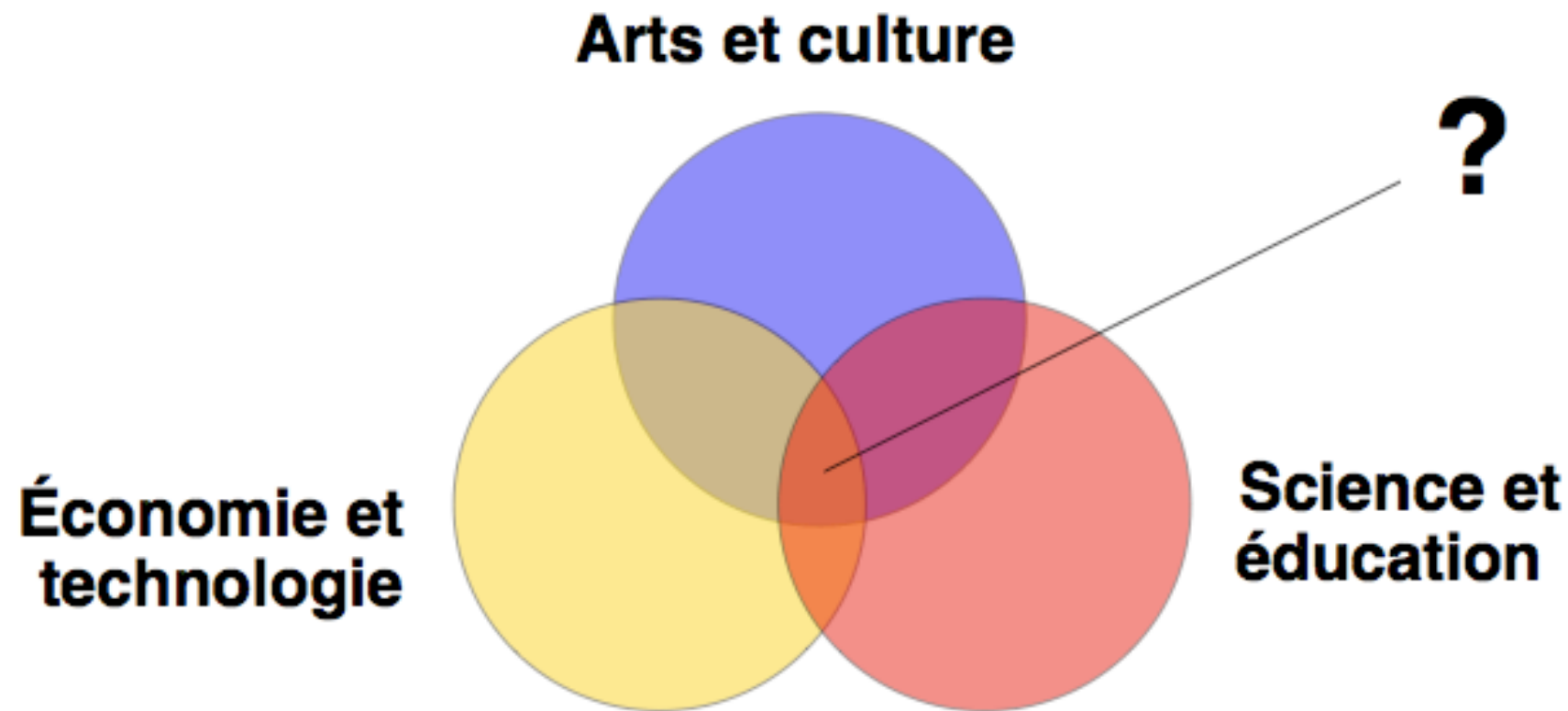
Source : <http://tr.im/PJrl>, Ch. 10



**Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522**



Pour conclure



Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG



FSEG
STRASBOURG
Faculté des sciences
économiques et de gestion

Merci.



Jean-Alain Héraud

heraud@unistra.fr

www.evoreq.eu

evo|REG



Bureau
d'économie
théorique
et appliquée
(BETA)
UMR 7522

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG



FSEG
STRASBOURG
Faculté des sciences
économiques et de gestion

A graphic element of the FSEG logo, showing a stylized tower or column.