

RÉSUMÉS – *Abstracts*

Michel GROSSETTI, *Réseaux sociaux et médiations dans les activités d'innovation*

Par bien des aspects, les activités d'innovation se rapprochent des activités artisanales ou du marché du travail : faible standardisation, importance des relations personnelles, effets de proximité spatiale. Interviennent aussi ce que l'on peut appeler des « ressources de médiation », c'est-à-dire des ressources qui permettent aux acteurs de se coordonner sans passer par des relations personnelles. Dans ce texte, les notions de réseau social et de médiation seront discutées à partir de deux études empiriques, l'une sur les relations entre chercheurs et industriels et l'autre sur les créations d'entreprises innovantes.

Mots-clés : réseaux, médiations, innovation, encastrement.

The Role of Social Networks and Mediation in Innovation

Activities around the business of innovation are similar in many ways to small-scale business activities, or to the job market. In all three, standardization is low and the effects of personal relationships and spatial proximity are crucial. Also of importance are what might be called "mediation resources", i.e. resources that allow those involved to coordinate independently of personal relationships. This article discusses social networking and mediation concepts on the basis of two empirical studies, one on cooperation between academic researchers and industries, and the other on the creation of innovative businesses.

Keywords: networks, mediation, innovation, embedding.

Christophe CARRINCAZEAUX, Marie CORIS et Yannick LUNG, *Les configurations spatiales de l'innovation*

L'idée que la concentration géographique est essentielle au processus d'innovation est largement admise. Or, ce lien n'est pas clairement établi et il convient de réinterroger les relations entre communication, localisation et processus d'innovation. Cet article s'attache à le faire en privilégiant une entrée par les dynamiques de proximité, c'est-à-dire par la question de la coordination des acteurs. Nous identifions dans un premier temps le rôle de la proximité entre les différentes parties prenantes du processus

d'innovation. Nous proposons ensuite une typologie de la diversité des configurations spatiales de l'innovation en tenant compte du jeu dynamique des proximités.

Mots-clés : innovation, proximité, communication, connaissance, localisation.

The Territorial Configurations of Innovation

Although the idea that geographical concentration is essential to the process of innovation is generally taken for granted, the link is not clearly established and the relationships between communication, location and the innovation process need deeper analysis. This article attempts to do so by addressing the “dynamics of proximity”, in other words the question of coordination between those concerned. Firstly, we identify the role of proximity between all those involved in the innovation process. We then propose a typology of the different territorial configurations of innovation, taking the dynamics of proximity into account.

Keywords: innovation, proximity, communication, knowledge, location.

Denis CARRÉ, Gilliane LEFEBVRE et Bernadette MADEUF, *Les pôles de compétitivité, territoires d'innovation*

La politique des pôles de compétitivité a pour objet l'accroissement et l'accélération de la production d'innovations par la dynamisation des entreprises et des territoires sur lesquels ils sont installés. À l'intérieur de ces pôles, le rôle des entreprises, en particulier des grands groupes industriels, est crucial. Or, ces groupes ont déjà largement internationalisé leur recherche-développement par la création de réseaux globalisés. Que deviennent alors les territoires qui risquent de voir ainsi échapper leur capacité d'innovation ? Nous verrons comment un pôle de compétitivité, en facilitant et multipliant les effets de proximité dans la région même, en captant les capacités d'innovation des firmes et des laboratoires participants, peut contribuer à l'ancrage des réseaux globalisés dans le territoire régional, renforçant par là même son attractivité. Les pôles de compétitivité pourraient se révéler à la fois moteur de l'innovation et outil d'aménagement du territoire.

Mots-clés : innovation, territoire, pôle de compétitivité, proximité.

Area-based Innovation and “Competitiveness Clusters”

The purpose of the so-called “competitiveness clusters” is to augment and speed up the production of innovation by boosting the dynamics of companies and their regional base. Within these “clusters”, companies, and especially large industrial groups, play a crucial role. However, the R&D activities of these groups

have become largely internationalised thanks to the establishment of global networks. Where, then, does this leave local areas, whose home-grown capacities for innovation may well be left behind? We shall see how the “competitiveness clusters”, by leveraging proximity effects within their area and capturing the capacities for innovation of participating companies and laboratories, can support the establishment of global networks within a local area, thereby increasing the area’s attractiveness. “Competitiveness clusters” could thus become both a driving force of innovation and a tool for local development.

Keywords: *innovation, local area, competitiveness cluster, proximity.*

Régis GUILLAUME, *La construction d’une identité territoriale : l’exemple de Mécanic Vallée (Lot et Aveyron)*

À partir de l’observation du nord de la région Midi-Pyrénées, cet article défend l’hypothèse que les logiques économiques, les réseaux sociaux et les jeux d’acteurs locaux sont à l’origine de la construction d’une identité territoriale. Fruit d’une histoire collective celle-ci n’empêche pas l’expression d’enjeux et de stratégies aux intérêts divergents mais entraîne deux changements majeurs. Elle permet de penser de façon positive le futur de ce territoire et conduit à l’envisager à partir des relations qu’il entretient avec d’autres espaces parfois fort éloignés.

Mots-clés : logiques économiques, réseaux sociaux, gouvernance, jeux d’acteurs, reconversion.

Building up a Local Identity: the “Mecanic Valley” Initiative in Lot and Aveyron

Based on observations in the “departements” of Lot and Aveyron (north of the Midi-Pyrénées region), this paper advances the hypothesis that economic processes, social networks and the roles played by local stakeholders help to build up local identity. As the outcome of a collective history, this identity expresses issues and strategies that stem from diverging interests, but it is also promoting two major changes: positive thinking on the future of the area, and envisaging that future in terms of its relationships with other, sometimes very distant, areas.

Keywords: *economical logics, social networks, governance, stakeholders, conversion.*

Denis HARRISSON, Valérie VINCENT et Joanie ROLLIN, *Innovation sociale et arrangements efficaces*

Cet article aborde l’innovation sociale en insistant sur son processus délibératif, participatif et persuasif de mise en œuvre. Plus spécifiquement, il tente de montrer le processus de formation et le rôle

des réseaux d'acteurs lorsque vient le temps de diffuser un modèle innovateur et de le transférer vers d'autres milieux utilisateurs. Ce phénomène est illustré à travers des exemples d'innovations sociales québécoises qui permettent de mieux comprendre l'importance des liens pour créer de nouveaux arrangements sociaux efficaces.

Mots-clés : innovation sociale, processus d'innovation sociale, liens sociaux, réseaux d'acteurs, société civile, cohésion sociale.

Social Bonds in the Establishment of New and Effective Social Arrangements

This article emphasises the deliberative, participatory and persuasive processes involved in the implementation of social innovation. More specifically, it attempts to show the processes whereby innovation takes shape, and the role of stakeholder networks once the time is ripe for disseminating an innovative model and transferring it to others. This phenomenon is illustrated by examples of social innovation in Quebec, which help to understand the importance of social bonds in establishing new and effective social arrangements.

Keywords: social innovation, social innovation process, social bonds, networks, civil society, social cohesion.

Christophe BOUNEAU, *Le réseau électrique : de la mystique de l'interconnexion aux stratégies de communication*

Le développement de l'interconnexion électrique en Europe et aux États-Unis depuis la fin du XIX^e siècle jusqu'à nos jours a constitué une véritable mutuelle de territorialisation de l'innovation. Son économie s'inscrit dans l'articulation de différentes formes de proximité (géographique, organisationnelle, institutionnelle) qui permettent aux acteurs d'agir simultanément. L'interconnexion est devenue clairement aujourd'hui une question de communication politique, incarnant les enjeux et les ambiguïtés de la démocratie participative. Dans un domaine où l'innovation technologique proprement dite n'a pas fait de saut décisif depuis trois décennies, avec une grappe complète d'innovations, contrairement par exemple aux télécommunications, l'enjeu fondamental réside dans la recherche des articulations spatiales les plus pertinentes, au nom d'un intérêt général de plus en plus fragile.

Mots-clés : interconnexion, innovation, territoire, communication, télécommunications.

The Electrical Network: from the Dream of Interconnection to Communication Strategies

Since the late 19th century and up to the present, the development of electrical interconnections in Europe and the United States has in effect been reciprocally sustaining area-based innovation. In terms of the

economics of innovation, this trend has linked up different aspects of proximity (geographical, organisational and institutional) that enable stakeholders to act simultaneously. Interconnection has clearly become a matter of political communication, embodying as it does the issues and ambiguities of participatory democracy. In fields where no true quantum leaps have taken place in technological innovation proper for three decades, contrary to the telecommunications industry for example, the fundamental issue is the need to find the most relevant spatial linkages, in the interests of the increasingly fragile common good.

Keywords: *interconnection, innovation, territory, communication, telecommunications.*

Alain-Marc RIEU, *Géostratégie de la recherche et de l'innovation*

Les politiques de recherche et d'innovation engendrent une nouvelle carte du monde, une conception et une pratique nouvelle de l'hégémonie, encore peu étudiées. Cette concurrence pour la puissance est d'une grande violence. Elle exprime un nouveau type de pouvoir ; elle déstructure les systèmes économiques, politiques et sociaux.

Mots-clés : géopolitique, relations internationales, politique, science, technologie, R&D, pouvoir, globalisation, compétition, hégémonie, souveraineté, Japon, États-Unis, Union européenne.

Geostrategy of Research and Innovation

Research and innovation policies are redrawing the map of the world and establishing a new theory and practice of hegemony, which have so far been little investigated. Competition for power is intense and violent. It expresses a new type of power that is overturning economic, political and social systems across the world.

Keywords: *international relations, geopolitics, politics, policies, R&D, science and technology, power, globalization, competition, hegemony, sovereignty, Japan, USA, European Union.*

Christophe AGUITON et Dominique CARDON, *Web participatif et innovation collective*

Cet article porte sur le modèle d'innovation qui préside à la conception des plateformes relationnelles sur Internet. Sous l'étiquette de « Web 2.0 » s'est développé récemment un ensemble de pratiques de conception qui associe étroitement les usagers innovateurs et les petites entreprises présentes sur Internet. On montre notamment comment cette tendance prolonge et transforme la dynamique des innovations ascendantes et le mouvement du logiciel libre. L'article s'attache à décrire deux espaces d'innovation

particuliers qui permettent de réunir un réseau hétérogène de concepteurs : les *barcamps* et les *coworking places*.

Mots-clés : Web 2.0, barcamp, coworking, innovation.

Barcamps and Coworking: Collective Web-based Infrastructures for Innovation

This article deals with an innovative model for new relational platforms on the web. Underlying the “web 2.0” label is a new set of concepts and practices that enable innovator-users and small businesses using the web to work closely together. We show how this trend has been sustaining and transforming the dynamics of bottom-up innovation and the freeware movement. This article describes two specific areas of innovation that link up a heterogeneous network of innovators: barcamps and coworking spaces.

Keywords: Web 2.0, barcamp, coworking, innovation.

Annie GENTÈS, Design et médiation créative dans les technologies de l'information

Dans les projets de recherche, ingénieurs et designers partagent la volonté de créer des objets qui non seulement fonctionnent mais ont du sens pour ceux qui les utilisent. Cette interrogation sur le sens s'incarne, entre autres, dans des récits et des mises en scène qui permettent de définir la technologie émergente, de lui donner ses limites et d'en qualifier les potentiels dans une mise en cohérence narrative où les exigences de figuration contribuent directement à l'invention. Nous avons choisi d'observer ce travail de « médiation créative » en relevant, derrière les expressions communes, une diversité formelle qui engage l'objet technique dans des voies spécifiques.

Mots-clés : médiation créative, design, scénario d'usage, ingénierie, mobilité.

Design and Creative Mediation in ICT Research Projects

In ICT research projects, engineers and designers endeavour to create objects that not only work but make sense to those who use them. This quest for meaning is reflected in narratives and scenarios that help to define the emerging technology, to circumscribe it and describe its potential by bringing it into a coherent narrative where the demands of representation contribute directly to the invention. In observing this ongoing “creative mediation”, we found, underlying various expressions in common use, a formal diversity that takes each technical object in separate, specific directions.

Keywords: creative mediation, design, scenario of use, engineering, mobility.

Benjamin THIERRY, *La communication hommes-machines et le développement de l'informatique*

À l'occasion du projet d'informatisation du contrôle aérien civil qui débute en 1961, une équipe de psychologues est associée aux ingénieurs chargés de la réalisation du nouveau système pour l'adapter aux conditions particulières du travail des « aigilleurs du ciel ». Cette collaboration permet à l'ergonomie de l'informatique de forger ses premiers concepts et de les appliquer au Cautra (Coordination automatique du trafic aérien). Hébergés dès 1969 par l'Institut de recherche en informatique et en automatique (Inria), l'équipe d'André Bisseret découvre les difficultés du travail transdisciplinaire avec une communauté informatique se défiant de cette irruption incompréhensible de psychologues sur son territoire de compétence. Ces conflits, incompréhensions et rencontres manquées n'empêchent pas l'ergonomie de développer ses recherches autour des notions d'utilisateur et d'interface et de proposer des réponses aux interrogations et aux angoisses que l'ordinateur fait naître dans le grand public dès le milieu des années 1970.

Mots-clés : ergonomie, informatique, Cautra, Inria, conflit.

Man-Machine Communication and the Development of Computer Ergonomics

When the first project for the computerisation of civilian air traffic control was launched in 1961, a team of psychologists was assigned to work with the engineers in charge of developing the new system, to help adapt it to the specific working conditions of air traffic controllers. This collaborative effort was instrumental in forging the early principles of computer ergonomics, which were applied to the CAUTRA programme (for automated air traffic coordination). André Bisseret's team, working within the INRIA (Computing and Automation Research Institute) as from 1969, discovered the many complications arising from interdisciplinary work with a mistrustful computing community that regarded the arrival of a team of psychologists within their sphere of competence as an incomprehensible intrusion. The conflicts, incomprehension and missed opportunities of the time did not prevent ergonomics research from developing around the concepts of users and interfaces, or from offering answers to the questions and anxieties that computers gave rise to among the general public as from the 1970s.

Keywords: ergonomics, computing, CAUTRA, INRIA, conflict.

Anne JARRIGEON et Joëlle MENRATH, *La part du possible dans l'usage : le cas du téléphone portable*

Dans les analyses sociologiques et philosophiques qu'à suscitées récemment le « phénomène du téléphone portable », les promesses de l'innovation sont souvent tenues à tort pour la réalité des

usages. Une enquête fondée sur l'observation des pratiques concrètes autour du portable nous a permis de montrer sous quelle forme les possibilités ouvertes par l'innovation interviennent dans l'expérience de l'outil : comment la promesse de joignabilité est déjouée par les stratégies de chacun, comment, à partir d'un agrégat de fonctions, les utilisateurs réinventent un objet métamorphique doté d'une unité forte, ou encore comment les représentations que se font les utilisateurs des possibles techniques les amènent à dénier la réalité de l'outil, dans le cas de la photographie sur portable par exemple... Le cinéma expérimental mobile, ainsi que les films de fiction exploitent cet écart entre les possibles de l'outil et la réalité des pratiques, qui est caractéristique de la relation à cet objet.

Mots-clés : téléphone portable, usage, cinéma expérimental, fiction.

Mobile Phones and their Potentialities in Social Usage

In recent sociological and philosophical analyses of the mobile phone “phenomenon”, promises of new and innovative uses are often, and wrongly, taken for granted. Our survey based on observations of the way mobile phones are used in reality shows how the possibilities opened up by an innovative object actually come into play: how, for example, user strategies thwart the promise of continual “reachability”, how users “reinvent” their mobile phones as metamorphic objects by exploiting the multitude of different functions it contains, or how general ideas about technical possibilities cause them to deny the reality of the actual tool, most prominently in the case of mobile phone photography. Experimental mobile phone movies and feature films exploit the differences between the tool’s potentialities and how it is actually used, differences that are characteristic of relationships with this particular object.

Keywords: mobile phone, use, experimental movies, fiction.

Léonard LABORIE, « Par avion » : genèse sémiotique de la poste aérienne internationale

Le transport aérien du courrier, en d'autres termes la poste aérienne, est moins une innovation technique qu'organisationnelle. Avec elle, il ne s'agit pas, seulement, de faire voler des avions, mais de les insérer dans un système complexe de collecte, de transport et de distribution de courrier à travers des territoires. L'exploit du vol en lui-même ne suffit pas, il doit aussi être régulier et sûr, et en somme s'articuler au mieux au reste de la chaîne postale pour satisfaire les usagers. Seule une coopération, au sens strict une opération en commun du réseau par les acteurs concernés, le permet : les offices postaux d'une part et les compagnies aériennes d'autre part ont à travailler en étroite relation, et donc à communiquer. Dans les années 1920, la genèse de la poste aérienne se fait à travers la construction d'un espace de sens commun, mêlant institutions et signes. Une infrastructure de papier finit par porter les avions.

Mots-clés : avion, poste, coopération, communication, standardisation.

“By Airmail”: the Semiotic Origins of International Airmail Services in the 1920s

The transportation of mail by air, i.e., airmail, should be considered more as an organisational than a technical innovation. It is not simply a matter of making planes fly, but of incorporating them into a complex system of mail collection, transportation and distribution across different areas. The exploit of flying in itself is not enough: to satisfy users, it has to be scheduled, safe and appropriately linked up with the rest of the mail delivery process. Cooperation, in the literal sense of joint operation of a network by those concerned, is the only solution: post offices on the one hand and airline companies on the other have to collaborate closely, and therefore to communicate. In the 1920s, airmail services became established thanks to the build-up of a common area of meaning that combined institutions and signs. Ultimately, mail-planes were kept aloft by an infrastructure of paper.

Keywords: *plane, airmail, cooperation, communication, standardisation.*

Jean-Paul FOURMENTRAUX, Art et réseau : genèse de la [télé]communication créative

De nombreux artistes accoutumés aux technologies audiovisuelles d'enregistrement du réel se sont imposés durant la seconde moitié du vingtième siècle comme des pionniers de la communication médiatisée. Au croisement de la création artistique, de l'innovation informatique et des sciences de l'information, leurs expérimentations ont mis au jour des usages inattendus des technologies de réseau et ont promu de nouveaux modes de communication. Cet article propose une relecture historique et analytique d'œuvres et de dispositifs de création qui préfigurent de manière originale les évolutions de l'Internet créatif.

Mots-clés : travail artistique, technologies de réseau, communication médiatisée, innovation, usages.

Art and Networks: the Beginnings of Creative Telecommunication

During the second half of the twentieth century, many artists accustomed to technology and audiovisual recordings of reality emerged as the pioneers of mediated communication. At a crossroads between artistic creation, computer innovation and information sciences, their experimental work uncovered unexpected uses of network technologies and promoted new ways of communicating. This article offers a historical and analytical interpretation of original artworks and creating devices that foreshadowed the development of creative Internet use.

Keywords: *artwork, network technologies, mediated communication, innovation, uses.*

Stephan-Éloïse GRAS, *L'innovation en conflit : les plateformes collaboratives de musique sur Internet*

Cet article examine la question de l'innovation comme l'expression de pratiques et de discours se mettant en scène au sein d'un jeu d'acteurs dans le contexte particulier des industries musicales. Nous nous attachons à montrer que les possibilités liées à la numérisation des contenus et des outils permettent la diffusion d'innovations « ascendantes » et de pratiques subvertissant certains fondamentaux. Néanmoins, ces développements liés au numérique participent de processus de légitimation et de valorisation de certains objets musicaux, via des tentatives de réappropriation et de redistribution de la valeur des objets, qui perpétuent des logiques anciennes.

Mots-clés : musique, Internet, pratiques collaboratives, nouveaux médias, industries culturelles, valorisation, valeur, goût, médiation esthétique.

Innovation in Conflict: Collaborative Music Platforms on the Internet

This article analyses innovation as an expression of the practice and discourse acted out in the particular context of the music industry. We attempt to show that the many possibilities opened up by the digitisation of content and tools has boosted the dissemination of “bottom-up innovation” and new practices that subvert some of the fundamental principles of the industry. But paradoxically, the very attempts to reappropriate and redistribute the value of musical items through these digital developments are helping to legitimize and enhance the value of those same items, and are thus perpetuating the traditional rules of the game.

Keywords: music, Internet, collaborative practice, new media, cultural industry, value enhancement, value, taste, aesthetics of mediation.

Pierre DORAY, Anne GOLDENBERG et Serge PROULX, *Du laboratoire à la communauté : organiser l'espace pour innover*

Les auteurs analysent les relations entre innovation organisationnelle et innovation technique. L'histoire récente des sciences et techniques a mis en évidence certaines situations de renforcement d'innovations techniques par une restructuration d'arrangements organisationnels. Ainsi, l'invention au XIX^e siècle, du laboratoire de recherche industrielle a constitué une configuration organisationnelle favorisant l'innovation en rassemblant dans un même espace concepteurs, machinistes et dessinateurs dont la seule tâche est de produire des innovations. Par contraste, et en s'appuyant sur un travail ethnographique récent, les auteurs présentent ensuite la configuration organisationnelle proposée aujourd'hui par un collectif québécois de militants du logiciel libre : la communauté innovante. Celle-ci s'appuie sur les

compétences individuelles de ses membres, mais aussi sur un accès public aux savoirs techniques, favorisé par l'usage des réseaux. Trois dimensions clés caractérisent cette communauté. Les productions innovantes sont réalisées dans un environnement libre (au sens du logiciel libre) ; elles adviennent dans un contexte situé ; elles ne sont reconnues comme « contributions » que dans la mesure où elles font l'objet d'une négociation par les pairs.

Mots-clés : configurations organisationnelles, laboratoire de recherche industrielle, communauté innovante, culture du libre, innovation située, contribution.

From Laboratory to Community: Organising Space to Strengthen Innovation

This article analyses the relationships between organisational and technical innovation. The recent history of science and technology has highlighted situations where technical innovation is strengthened by the introduction of new organisational configurations. For example, the 19th century invention of the industrial research laboratory was an organisational configuration that supported innovation by bringing designers, machinists and draftsmen together into the same space, with the sole task of producing innovations. Based on their analysis on a recent ethnographic study, the authors then present a contrasting organisational configuration found today in the “innovating community”, a collective of freeware activists in Quebec. This configuration is based on the individual skills of its members, but also on public access to technical knowledge, which is supported by the use of networks. Three key dimensions characterise this community. Their innovations are produced in a free environment (as in free speech), they occur in a situated context and they are recognised as “contributions” only after peer-to-peer negotiation.

Keywords: organisational configurations, industrial research laboratory, innovating community, free culture, situated innovation, contribution.

Éric GODELIER, Innovation et culture d'entreprise : le gaz naturel chez Total (1951-2000)

L'histoire de la reconnaissance de la culture gazière au sein des grandes entreprises pétrolières éclaire la façon dont se construit une innovation en matière de culture d'entreprise et de communication. Jusqu'aux années 1950, le gaz apparaît encore comme marginal dans les préoccupations stratégiques et l'organisation des futures composantes de Total. Il faut attendre les années 1960 et 1970 pour que le gaz s'impose au cœur des préoccupations des grandes entreprises pétrolières. C'est de cette époque que datent les premières directions du gaz. Du fait de la complexité et de la faible rentabilité à court terme des projets gaziers, les premiers membres des directions du gaz ont dû développer des stratégies de communication et de construction de réseaux d'alliances au sein de l'état-major de leur entreprise. Recrutés avec une expérience significative, ils ont construit et diffusé une culture innovante au fur et à

mesure de leur carrière. Toutefois, ils ont été régulièrement confrontés à une question récurrente : à quoi rattacher cette nouvelle activité ?

Mots-clés : culture d'entreprise, changement, innovation, gaz naturel, mondialisation.

Corporate Culture and Innovation: the Establishment of TOTAL's Natural Gas Division, 1951-2000

How gas gained recognition as part of the corporate culture of the large oil companies sheds light on the way innovation builds up in corporate culture and communication. Until the 1950s, gas was still of marginal importance among the strategic and organisational concerns of the companies that would later make up the Total group. It was not until the 1960s and 70s that gas became a core concern for the large oil companies, whose first gas divisions date back to that time. Because of the complexity and low short-term profitability of gas production projects, the first members of these divisions had to develop communication and network-building strategies to forge alliances within their corporate headquarters. These were experienced executives who, during the course of their careers, built up and disseminated innovation in corporate culture. However, they were regularly confronted with the recurrent question of where in the organisation the new activity should find its home base.

Keywords: Corporate culture, change, innovation, natural gas, globalization.

Hugues BONNETAIN, *L'incubateur multimédia Belle de Mai*

Dans le cadre d'une politique publique de soutien à l'innovation focalisée sur le transfert de technologies des laboratoires publics vers les entreprises, les incubateurs publics français ont été conçus comme des outils d'accompagnement de l'innovation descendante. L'incubateur multimédia Belle de Mai constitue un cas original dans le dispositif français d'incubation. Intervenant dans un domaine thématique où l'innovation horizontale est largement répandue, il a dû repenser et adapter le processus d'incubation. Alors que les dispositifs de soutien spécialisés dans les TIC se multiplient, une réflexion sur les politiques et les pratiques de soutien à l'innovation dans ce secteur est nécessaire.

Mots-clés : incubation, soutien à l'innovation, transfert de technologie, politique publique, innovation horizontale, innovation d'usage, multimédia, incubateur multimédia Belle de Mai.

The "Belle de Mai" Multimedia Business Incubator

Under French government policies for innovation, which focus on technology transfers from publicly-funded laboratories to industry, French public business incubators have been defined as tools to support top-down innovation. The "Belle de Mai" multimedia business incubator is an original case in the French

business incubation system. In a sector where cross-cutting innovation predominates, Belle de Mai has had to rethink and adapt the incubation process. As ICT-specialized incubators multiply, the need is growing for an in-depth review of policies and practices to support innovation.

Keywords: *incubation, public innovation policy, technology transfer, cross-cutting innovation, user innovation, Belle de Mai multimedia business incubator.*

André DELAFORGE et Nicolas MOINET, *Le rôle de la communication dans l'adoption d'une technologie innovante*

L'adoption d'une technologie innovante ne s'explique pas simplement par l'adéquation d'une offre à une demande. À partir de l'analyse de la trajectoire de la technologie RFID (*Radio Frequency Identification*) est posée l'hypothèse qu'il n'existe pas d'innovation réussie sans co-construction de connaissances partagées par l'ensemble des acteurs intéressés au sein d'un espace public. Travailler sur l'innovation nécessite donc de parcourir cette chaîne qui transforme l'information en connaissances par un processus complexe de communication.

Mots-clés : *innovation technologique, trajectoire, communication, savoirs intermédiaires, intelligence collective.*

The Role of Communication in the Adoption of Innovative Technology

The success of an innovative technology hinges on much more than the laws of supplies and demand. A case study on the trajectory of RFID (Radio Frequency Identification) technology has suggested that successful innovation cannot occur without a collective build-up of knowledge shared by the entire community involved in a given public space. Working towards innovation therefore means working through a whole sequence which, through a complex process of communication, transforms information into knowledge.

Keywords: *technology, innovation trajectory, communication, knowledge intermediaries, collective intelligence.*

Andreas FICKERS, *Deux regards sur une même technologie : la télévision aux expositions internationales de Paris (1937) et de New York (1939)*

Dans une perspective comparatiste, cet article analyse des discours de promotion de la télévision comme attraction technique et futur média de masse aux expositions universelles de Paris (1937) et New York (1939). Malgré une démonstration presque identique du potentiel de la télévision comme

moyen de communication et de divertissement aux deux expositions, les discours auréolant le nouveau média en Europe et aux États-Unis se distinguent très sensiblement. Basé sur des réflexions sur les processus d'innovation dans le domaine des technologies de communication, l'article s'intéresse spécialement à l'influence des discours publics et publicitaires sur l'identité d'un média.

Mots-clés : Télévision, expositions universelles, théorie des innovations, analyse de discours, histoire des médias.

Two Views of the Same Technology: Television at the World Fairs in Paris (1937) and New York (1939)

This article offers a comparative analysis of the discourses used to promote television as a technical attraction and future mass medium, at the World Fairs held in Paris in 1937 and New York in 1939. Despite virtually identical demonstrations, at both World Fairs, of the potential of television as a means of communication and entertainment, there were significant differences between European and US discourses surrounding the new medium. Drawing on discussions of innovation processes in communication technology, the authors focus in particular on the influence exerted by public and advertising discourse on the identity of a medium.

Keywords: Television, World Fair, innovation theory, discourse analysis, media history.

Christian LICOPPE, Logiques d'innovation, multiactivité et zapping au travail

L'article propose de distinguer deux modèles pour décrire la fragmentation croissante des activités dans les situations de travail, fondés respectivement sur le basculement successif d'un engagement à un autre (ou « zapping occupationnel ») et la pertinence à chaque instant d'une pluralité d'engagements plus ou moins « préoccupants » (ou « multiactivité »). Il montre comment les logiques d'innovation et de design des technologies de communication favorisent d'une part l'inscription durable de sollicitations dans l'environnement sur des modalités peu coûteuses en attention et en engagement, et d'autre part l'organisation séquentielle des cours d'action. L'analyse d'un cas d'usage de la messagerie instantanée au travail permet de saisir comment séquentialité et format de « présence obstinée » des repères (qui marquent le surgissement médiaté d'autrui) se combinent pour rendre visible la préoccupation, distribuée entre le sujet et son environnement équipé : l'homme communiquant est constitué comme sujet multiactif et carrefour d'engagements pluriels.

Mots-clés : communication, travail, écologie, multiactivité, préoccupation, cognition distribuée, technologie, messagerie instantanée.

Innovation, Communication and Multi-Tasking in the Workplace.

The paper calls on two different models to describe the increasing fragmentation of activities in the workplace. One is based on successive switches from one focused commitment to another (“occupational zapping”), while the other is based on the relevance at any one moment of multiple tasks demanding a greater or lesser degree of concentration (“multi-tasking”). We show how the present-day logic of innovation and design in communication technologies tends, on the one hand, to permanently establish demands on people’s attention within the working environment in ways that requires only minimal attentiveness and commitment, and on the other hand, to favour sequential tasking. A case study on the uses of instant messaging in the workplace provides empirical evidence on how the persistent mediated cues signalling the incursion of others into a working environment, together with the sequential order they demand, combine to make the preoccupation shared between a subject and his or her technical environment actually visible: homo communicans thus turns out to be a “multi-tasking” subject and the hub of multiple commitments.

Keywords: *communication, work, ecology, multi-tasking, concern, distributed cognition, technology, instant messaging.*