

Zeitschrift: Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales

Herausgeber: Société d'Etudes Economiques et Sociales

Band: 67 (2009)

Heft: 2: Les suisses au travail : heureux, mais ... fatigués ; Les circulations au cœur de la mondialisation

Artikel: Dynamiques de connaissances et développement économique : vers de nouveaux enjeux territoriaux

Autor: Jeannerat, Hugues

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-142292>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

DYNAMIQUES DE CONNAISSANCE ET DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE: VERS DE NOUVEAUX ENJEUX TERRITORIAUX

HUGUES JEANNERAT

Institut de Sociologie, MAPS, Université de Neuchâtel

hugues.jeanerat@unine.ch

> La combinaison et la mobilité croissante des connaissances dans les processus d'innovation redéfinit de nouveaux défis économiques pour les régions. Les cas de l'horlogerie suisse et de la Coupe de l'America illustrent ici différents enjeux nouveaux dans la conception du développement territorial. Notamment, la capacité régionale d'ancrage de connaissance est perçue comme un élément déterminant pour ce développement.

Mots-clés: économie territoriale, dynamiques de connaissance, horlogerie suisse, Alinghi.

L'ÉCONOMIE TERRITORIALE ET LES DYNAMIQUES DE CONNAISSANCE

Aborder l'économie par la connaissance, c'est se demander en quoi celle-ci peut être porteuse de valeur économique. Certaines approches théoriques néo-classiques considèrent la connaissance comme un bien fini dont la création est soumise au progrès technologique et dont la possession procure un avantage concurrentiel. Elle est une ressource limitée et doit être allouée de manière optimale selon les coûts de transactions induits par sa transmission. Ainsi, de nombreux débats se sont cristallisés autour du rôle du système public d'éducation, de la recherche et développement en entreprise et des brevets; certaines théories considèrent alors la connaissance comme un bien de nature plutôt publique et d'autres de nature plutôt privée (Antonelli 2005). Dans une telle perspective, la manière dont circulent les connaissances définit comment elles se distribuent inégalement dans l'espace sans toutefois changer de forme.

L'Economie territoriale se place dans une perspective différente de l'Ecole néo-classique car elle place les processus sociaux et institutionnels au cœur des processus de formation de la connaissance et de création de ressources économiques. Ainsi, la connaissance n'est pas perçue comme un bien économique «donné» et échangeable en tant que tel mais est le résultat de processus d'apprentissages riches situés spatialement et temporellement (Zittoun parle dans ce même numéro de processus de *négociation interpersonnelle* prenant place dans une infinité de situations sociales). Pour cette raison, il est davantage question de *dynamiques de connaissance* pouvant devenir des atouts économiques dans différents contextes d'ancrage (Zittoun dans ce même numéro; Crevoisier et Jeannerat, 2008). En d'autres termes, il est déterminant de comprendre comment *génération et usage* de connaissance s'articulent à des fins de création de valeur économiques. Dans une telle perspective, la manière dont circulent

les connaissances ne définit pas seulement comment celle-ci est distribuée géographiquement mais aussi comment les apprentissages de proximité ou à plus longue distance deviennent des vecteurs d'innovation économique. C'est dans cette seconde perspective théorique que s'inscrit cet article.

Dès les années 1980, plusieurs modèles de développement régional tels que les Districts Industriels (Beccatini 1992), les Milieux Innovateurs (Camagni et Maillat 2006) ou encore les Clusters (Porter 1998) ont permis d'expliquer les processus d'innovation économique en lien avec la proximité géographique (Moulaert et Sekia 2003 proposent une revue plus précise de ces modèles). Ces modèles conceptuels se basent sur des recherches montrant comment usage et génération de connaissance s'articulent et évoluent au cours du temps entre différentes institutions et acteurs régionaux. Des *dynamiques cumulatives de connaissance* se forment ainsi dans une région au cours d'un processus historique. Ces différents modèles théoriques ont aussi montré comment certains *systèmes de production* régionaux se sont spécialisés dans un environnement mondialisé et ont créé une division spatiale du travail à l'échelle planétaire. Les dynamiques de connaissances ayant attiré à la production de biens et services sont alors principalement considérées séparément de celles ayant attiré à la consommation. Par ailleurs le progrès technologique est perçu comme le moteur à l'innovation puisqu'il permet de pousser en avant les performances fonctionnelles d'un produit.

Toutefois, dans un monde où les connaissances circulent de plus en plus vite et dans une économie où producteur et consommateur valorisent toujours plus le contenu émotionnel des biens et services, la forme que prennent les dynamiques de connaissance change et de nouvelles configurations territoriales apparaissent. Deux cas suisses d'actualité sont ici présentés afin d'illustrer l'importance croissante des dynamiques de connaissance non-technologiques d'une part, et la centralité du projet d'autre part dans le développement régional.

CRÉATION D'AUTHENTICITÉ ET DYNAMIQUES DE CONNAISSANCE: LE CAS DE L'HORLOGERIE SUISSE

L'évolution de l'industrie horlogère suisse, principalement dans la région de l'arc Jurassien est, à bien des égards, symptomatique de l'évolution de ces nouveaux enjeux socio-économiques. En effet, jusqu'à la fin des années 1970, les manufactures horlogères suisses dans l'arc Jurassien ont dominé le marché international de la montre mécanique grâce à des connaissances horlogères et industrielles spécifiques régionalement. Le développement de ce secteur se faisait par des dynamiques de connaissance principalement cumulatives (amélioration empirique des outils industriels et amélioration de la fonctionnalité des montres).

Avec la démocratisation de la montre électronique et la pression de la concurrence étrangère, vers la fin des années 1970, le système de production horloger suisse a été profondément bouleversé. Pour rester compétitif, l'industrie horlogère suisse s'est progressivement transformée et a fait de la montre un produit davantage émotionnel que fonctionnel. De nouvelles dynamiques territoriales de connaissance autour de la création d'authenticité ont alors émergé (Jeannerat et Crevoisier 2008).

En effet, contrairement à un produit fonctionnel dont la qualité peut être vérifiée par des éléments techniques (ponctualité, résistance à l'eau, fiabilité, etc.), celle d'un produit plus émotionnel doit être authentifiée au travers d'un processus très complexe. Ainsi, la région de l'Arc Jurassien qui s'était développée avant tout le long de dynamiques cumulatives de

connaissance technique en horlogerie et microtechnique a également peu à peu développé des dynamiques *combinatoires* liées à la valorisation de son image et de son authenticité. D'une part, des dynamiques de connaissance *co-productrices* d'image et d'authenticité sont devenues centrales dans la chaîne de valeur de la production horlogère (rôle toujours plus grands des connaissances en marketing, média/communication, événementiel, production de film, architecture d'intérieur, muséologie, etc.). D'autre part, comme il ne suffit plus seulement de distribuer un produit fonctionnel et d'en certifier sa qualité technique, les entreprises horlogères cherchent à *diffuser* et *légitimer* l'authenticité de leurs produits de manière adaptée à leurs différents marchés (la manière de communiquer son authenticité se rapproche plus du consommateur).

Ces nouvelles dynamiques de connaissance circulent et s'ancrent en différents territoires. Le territoire de production horloger jurassien et genevois est devenu créateur d'authenticité (l'horlogerie mécanique, le design et la culture locale sont valorisés comme éléments d'authentiques). Parallèlement, les territoires parisiens ou milanais du luxe et de la mode sont co-producteurs d'image et de communication autour de la montre et de sa marque (convergence de l'horlogerie avec la presse de mode ou le design de luxe, etc.). De même, certains territoires comme Singapour sont devenus des relais auprès de consommateurs locaux et sont diffuseur d'authenticité (mise en lien d'une authenticité avec une culture locale, création de magazines horlogers locaux, etc.).

La région horlogère jurassienne reste malgré tout le centre de gravité de ces dynamiques de connaissance car son patrimoine culturel, ses savoir-faire et ses dynamiques cumulatives de connaissance techniques restent au cœur de la transaction économique: la production et la vente de montre. Toutefois, en observant l'évolution de l'horlogerie suisse il semble désormais trop restrictif de parler de système territorial de production car les dynamiques combinatoires et multi-locales de connaissance sont devenues déterminantes dans un système de production-consommation complexe.

LE PROJET COMME MOTEUR DES DYNAMIQUES DE CONNAISSANCE:

LE CAS D'ALINGHI ET DE LA COUPE DE L'AMERICA

Le cas de la victoire d'un bateau suisse lors de la Coupe de l'America semble également prendre le contre-pied des théories traditionnelles. En effet, dans une perspective d'économie régionale traditionnelle basée avant tout sur des dynamiques cumulatives de connaissance, il est difficile d'expliquer la victoire d'un bateau portant les couleurs d'une région sans réelle culture maritime à l'une de plus grandes compétitions nautiques mondiales.

Certes, le pouvoir financier joue un rôle certain dans le succès du voilier suisse Alinghi lors de la coupe de l'America, et c'est souvent la seule analyse qui est retenue de ce cas. Cependant, si l'on observe plus longuement les dynamiques de connaissance ainsi que les différentes dimensions économiques et territoriales, certains enseignements peuvent en être tirés.

Tout d'abord, différentes connaissances utilisées pour la construction et la navigation du bateau ont été générées dans des secteurs très divers (matériaux composite utilisés par l'industrie aéronautique et la formule 1 ou modèle mathématiques de prévision financière pour les calculs de prévision météorologique). Par ailleurs, l'organisation de la Coupe de l'America en elle-même a nécessité l'usage et la génération de nouvelles connaissances dans le domaine des médias (popularisation de l'événement et techniques de diffusion pour un

large public) et de l'organisation d'événements.

Territorialement, la réussite d'un projet tel qu'Alinghi révèle l'importance des dynamiques multi-locales de connaissance. Par exemple, les connaissances générées par de nombreux instituts universitaires ou PME suisses ont été utilisées par des navigateurs et des ingénieurs néo-zélandais ou américains. Ou encore, de nouvelles connaissances dans l'organisation d'événements se sont développées à Valence (la ville a reconverti son héritage industriel et développé de nouveaux services dans le cadre de l'événement).

Au-delà des défis technologiques et sportifs, le fait que la coupe de l'America soit devenue un événement médiatisé et émotionnel a aussi créé certaines dynamiques de connaissance complémentaires. Certaines marques horlogères suisses ont par exemple développé de nouvelles stratégies de communication ou de nouveaux produits en rapport avec cette compétition. Egalement, des entreprises ou des universités participant au projet se sont servi de l'impact médiatique l'événement pour communiquer leurs connaissances auprès de nouveaux partenaires potentiels. Ainsi, la Coupe de l'America est devenue un lieu d'intense circulation de connaissance et a permis de nouveaux ancrages.

La coupe de l'America, remportée puis organisée par le bateau suisse Alinghi révèle l'importance du projet dans la mobilisation de connaissance technologique (construction du bateau) mais aussi non-technologique (technique de navigation, organisation événementielle et médiatique, co-production et diffusion d'authenticité). Dans ce cas, mobiliser des dynamiques combinatoires et multi-locales de connaissance a été l'une des clés du succès sportif mais aussi économique.

DYNAMIQUES COMBINATOIRES, MOBILITÉ ET ANCRAGE DE CONNAISSANCE

Bien que présentés très brièvement, le cas de l'industrie horlogère suisse ainsi que le cas d'Alinghi et de la coupe de l'America permettent de faire certaines observations et soulèvent de nouveaux enjeux théorique pour l'économie territoriale.

En premier lieu, la frontière entre les secteurs d'activité est devenue floue car les dynamiques de connaissance autour de la production de biens et services sont devenues extrêmement complexes. Certes, le succès d'un bateau lors de la Coupe de l'America nécessite l'utilisation de connaissances traditionnelles en navigation et en construction navale. Cependant, il nécessite également l'utilisation de connaissances générées dans d'autres secteurs très différents (Formule 1, aéronautique, finance, etc.).

De plus, ces dynamiques combinatoires de connaissance dépassent largement le cadre de la technologie (amélioration de la fonctionnalité d'un produit). En effet, la connaissance horlogère n'est pas seule à créer la montre suisse authentique. Les dynamiques combinatoires de connaissance entre horlogerie, mode, production de film, événementiel ou presse sont au cœur des processus de production et de co-production d'image. Egalement, le consommateur est de plus en plus intégré à ces dynamiques de connaissance et devient plus actif dans le système de production-consommation.

La mobilité des connaissances est un facteur économique déterminant dans ces dynamiques combinatoires. Le cas d'Alinghi et de la Coupe de l'America révèlent ce phénomène de deux manières: d'une part, en mobilisant et en utilisant des connaissances existant en divers territoires (navigation, technologie, événementiel); d'autre part, en générant de nouvelles connaissances mobiles (entreprises et universités ont développé de nouvelles connaissances

qu'elles tentent d'exploiter sur d'autres marchés grâce à l'image d'Alinghi). La capacité ou l'incapacité à ancrer les dynamiques cumulatives de connaissance régionales avec ces dynamiques mobiles et combinatoires semble cruciale à l'échelle régionale, particulièrement dans le cadre d'un projet très mobile et très irrégulier comme le cas de la coupe de l'America (par exemple, la capacité de la ville de Valence à pouvoir utiliser et ancrer les connaissances générées par l'organisation de la coupe de l'America en les combinant avec des connaissances industrielles, touristiques ou culturelles locales).

En somme, l'économie territoriale semble devoir se préoccuper toujours davantage de dynamiques multi-locales situées entre mobilité et ancrage de connaissance. Aussi pour l'industrie horlogère suisse, la mobilité des connaissances est devenue déterminante pour la co-production et la diffusion d'authenticité. Néanmoins, l'ancrage régional de connaissances créées par l'émergence de nouveaux marchés et de nouvelles cultures de consommation (développement de nouveaux produits, de nouvelles technologies ou de nouveaux thèmes d'authenticité) est tout aussi nécessaire.

Bien sûr, l'industrie horlogère s'inscrit dans une séquence historique relativement longue alors qu'Alinghi dans une logique événementielle plus courte. Cependant, tout en étant de nature différente, ces deux cas révèlent le tiraillement à un niveau régional entre des dynamiques combinatoires permanentes et des dynamiques cumulatives durables.

Aborder l'économie actuelle dans un monde où les connaissances se combinent et circulent davantage, c'est tenter de mieux comprendre comment un contexte économique, social et culturel interagit avec plusieurs autres. Il est par ailleurs difficile d'étudier la mobilité des connaissances sans étudier la mobilité des personnes et des richesses. Les systèmes de production et de consommation ne sont pas indépendants. Dans une telle perspective, l'économie territoriale se place plus que jamais dans une perspective multidisciplinaire. Entre transnationalisme, nouvelle sociologie de la consommation, anthropologie du projet ou encore géographie culturelle, le développement régional reste un objet d'étude pertinent mais toujours plus complexe.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ANTONELLI, Cristiano, «Models of knowledge and systems of governance», *Journal of Institutional Economics*, vol. 1, 2005, pp. 51-73.
- BECATTINI, Giacomo, «Le district industriel: milieu créatif», *Espace et Société*, vol. 66, n°67, 1992, pp. 147-163.
- CAMAGNI, Roberto et MAILLAT, Denis, (dir.), *Milieus Innovateurs: Théorie et politiques*, Paris, Anthropos-Economica, 2006.
- CREVOISIER, Olivier and JEANNERAT, Hugues, «The Territorial Knowledge Dynamics: from the proximity paradigm to multi-location milieus», *European Planning Studies*, forthcoming 2009.
- JEANNERAT, Hugues et CREVOISIER, Olivier. «From proximity to multi-location Territorial Knowledge Dynamics: The case of the Swiss watch industry», *Proceedings of the 2nd International Conference on Indicators and Concepts of Innovation (ICICI)*, 3-4 July 2008, Bern
- JOURNÉE ALINGHI, *Les PME en dialogue avec le monde scientifique et politique*, Berne le 29 février 2008
- MOULAERT, Frank and SEKIA, Farid, «Territorial Innovation Models», *Regional Studies*, vol. 37, n°3, 2003, pp. 289-302.
- PORTER, Michael, «Clusters and the new economics of competition», *Harvard Business Review*, November/December 1998, pp. 77-90

