



Séminaires interdisciplinaires

« Créativité, réseaux d'innovation et développement territorial »

Objectifs du cycle de séminaires

Dans un contexte de mondialisation et de déstabilisation économique, l'innovation est plus que jamais un impératif, tant pour les entreprises que pour les États, les villes et les régions. A l'innovation comme production rationnelle de connaissances s'ajoute désormais une dimension culturelle et sémiotique, celle de l'identité ou de l'imaginaire porteurs de sens et de différenciation. Le cycle de séminaires propose une confrontation entre chercheurs de différentes disciplines pour ouvrir le débat sur des thèmes aussi variés que la relation entre créativité et innovation, les industries culturelles et créatives (mode, design, multimédia...), la figure de l'artiste, du savant et de l'inventeur, le rôle des réseaux sociaux ou d'entreprises, les clusters, les lieux de l'innovation et de la créativité (districts culturels, parcs scientifiques...), ou le débat sur la propriété intellectuelle. Il s'agit, en 2009, « **Année européenne de l'innovation et de la créativité** », de favoriser l'émergence d'une intelligence collective de l'économie de la connaissance par un **débat entre chercheurs, doctorants, institutionnels du développement territorial et de l'aménagement, ainsi qu'avec le monde de l'entreprise.**

Comité d'organisation

Christine LIEFOOGHE, MCF en géographie économique, TVES, Lille 1
Abdel-Allah HAMDOUN, MCF-HDR en économie, CLERSE, Lille 1
Catherine COMET, MCF en sociologie, CLERSE, Lille 1
Gabriel GALVEZ-BÉHAR, MCF en histoire, IRHiS, Lille 3

Contact : Christine LIEFOOGHE

christine.liefooghe@univ-lille1.fr

Si vous souhaitez vous inscrire sur la liste de diffusion. Merci de mettre « inocea » en objet du message.

Lieu : Maison européenne des sciences de l'homme et de la société

2 rue des canoniers, Lille (à proximité de la gare Lille-Flandres, face à l'entrée principale d'Euralille)

Vendredi 27 novembre 2009 (14h-17h)

(Détails en page 2)

Expiration des brevets et concurrence des génériques : Quels impacts sur les stratégies d'innovation des grandes firmes pharmaceutiques ?

Par Nejla YACOUB, doctorante
Blandine LAPERCHE, Maître de Conférences –HDR
Lab.RII (ULCO)- Réseau de Recherche sur l'Innovation

Le double rôle des leaders d'opinion locaux dans l'industrie des biotechnologies en France : une étude des possibilités de coordination à l'échelle inter-organisationnelle

Par Alvaro PINA-STRANGER
Doctorant Université Paris-Dauphine, IRISSO/ORIO

Prochain séminaire : vendredi 11 décembre 2009 (journée)

Présentation des interventions

Expiration des brevets et concurrence des génériques :

Quels impacts sur les stratégies d'innovation des grandes firmes pharmaceutiques ?

Par Nejla YACOUB, doctorante
Blandine LAPERCHE, Maître de Conférences –HDR
Lab.RII (ULCO)- Réseau de Recherche sur l'Innovation
Yacoub_Nejla@yahoo.com
laperche@univ-littoral.fr

Résumé : Depuis le milieu du 20^e siècle, l'industrie pharmaceutique mondiale a enregistré des mutations profondes aussi bien technologiques que réglementaires. Avec l'accélération du progrès technique, l'accroissement des découvertes thérapeutiques et le développement des biotechnologies, l'industrie pharmaceutique est devenue une industrie intensive en technologie et l'innovation est au cœur des stratégies des grandes firmes du secteur. Dans cette industrie, la brevetabilité des inventions a donc un rôle déterminant, incitant à l'innovation et facilitant la rentabilisation des investissements. Or, la période actuelle est marquée par le fait que de nombreux médicaments tombent dans le domaine public, stimulant ainsi la production de génériques. L'objectif de cet article est d'analyser l'évolution des stratégies des firmes pharmaceutiques innovantes suite à l'entrée en concurrence avec les génériques, en ciblant l'étude sur quelques laboratoires, à l'exemple de Sanofi-Aventis, Pfizer et Merck. Quels sont les impacts sur la constitution et sur la protection du « *capital savoir* », des grandes firmes, c'est-à-dire l'ensemble des informations, connaissances et savoir-faire produits, acquis, combinés et systématisés par l'entreprise dans le but d'être utilisés dans la production ? Ce questionnement s'applique à la fois en termes d'objectifs (exploration/exploitation) et en termes de management (internalisation/externalisation) dudit capital-savoir. Sur le plan juridique et commercial, nous nous intéressons également aux

stratégies mises en œuvre par les firmes pharmaceutiques pour préserver leur position dominante sur le marché pharmaceutique mondial.

Le double rôle des leaders d'opinion locaux dans l'industrie des biotechnologies en France : une étude des possibilités de coordination à l'échelle inter-organisationnelle

Par Alvaro PINA-STRANGER
Doctorant Université Paris-Dauphine
IRISSO/ORIO, Paris
alvaropinastranger@gmail.com
<http://www.dauphinet-orionetlab.fr/>

Résumé : Dans l'économie de la connaissance, la réussite des entreprises dépend en partie de la capacité des dirigeants à s'intégrer dans des réseaux d'échange formels et informels efficaces. Dans le secteur biopharmaceutique, les difficultés liées à la recherche clinique configurent un environnement très incertain. Aucun acteur n'est capable de stoker à lui seul toutes les ressources nécessaires aux activités de recherche et développement. Dans ce contexte, les relations inter-organisationnelles permettent aux acteurs de chercher, en dehors des frontières de l'entreprise, les ressources dont ils ont besoin. Le travail de recherche que nous présentons se propose d'élargir l'étude *des proximités* dans l'activité industrielle, aux *interdépendances épistémiques* observées à travers les relations d'échange d'idées et de conseils entre entrepreneurs. L'originalité de cette démarche réside en ce qu'elle permet d'examiner les possibilités de coordination des acteurs : leur capacité à partager des connaissances, à évaluer collectivement la pertinence des savoirs, ou encore à se doter de leaders d'opinion pouvant les représenter vis-à-vis des autres collectifs ou institutions.