



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 obtenir les textes des futures interventions, vous pouvez vous inscrire sur la liste de diffusion.

Merci de mettre « inoarea inscription » en objet du message.

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

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

Vendredi 03 avril 2009 (14h-17h)

L'économie créative de Milan : le rôle des réseaux locaux

Par **Marianna D'OVIDIO**, Département de Sociologie, Université de Milan – Bicocca

Marianna D'Ovidio a fait une thèse à l'Université de Milan, en collaboration avec la *London School of Economics*. Son travail a porté sur l'économie créative des villes post-fordistes et le rôle de la proximité comme ressource créative. Elle s'est en particulier focalisée sur l'industrie de la mode à Milan et à Londres.

(Résumé en page 2)

Un art à valeur d'usage : les « Nouveaux Commanditaires » de la Fondation de France

par **Jean Paul FOURMENTRAUX** - Sociologue
Centre de Sociologie du Travail et des Arts (EHESS) et GERIICO
Maître de Conférences - Université Lille 3 - UFR Arts et Culture

Jean Paul FOURMENTRAUX développe des recherches sur le Net art et sur la relation entre création artistique et développement technologique.

(Résumé en page 2)

Prochain séminaire : vendredi 15 mai 2009

Présentation des interventions

L'économie créative de Milan : le rôle des réseaux locaux

Par Marianna D'OVIDIO, Département de Sociologie, Université de Milan – Bicocca

Résumé

Toutes les villes ont besoin de devenir (plus) créatives. Le moteur du développement économique et social de la ville se déplace vers les nouvelles industries créatives. L'économie de la connaissance et l'économie créative intéressent les politiques, qui encouragent le développement culturel de leurs villes pour en améliorer l'image dans le cadre d'une forte concurrence internationale. Les sciences sociales s'intéressent aux aspects multiples de ces nouveaux changements. Un courant de pensée tend à expliquer la force de ces activités locales en se référant à des facteurs « hard » et « soft » enracinés dans l'espace social et physique (Florida, 2002).

La communication présente l'industrie créative de la métropole milanaise, d'après des recherches menées par l'auteur. Nous mettrons l'accent sur les facteurs qui permettent à ce type particulier d'économie d'émerger et de se développer. Nous remettrons en cause l'argumentation de Florida pour mettre en valeur l'importance des réseaux locaux de relations.

Un art à valeur d'usage : les « Nouveaux Commanditaires » de la Fondation de France

par Jean Paul FOURMENTRAUX - Maître de conférences en sociologie, EHESS et Université Lille 3

Résumé

Depuis les années 1990, les politiques publiques et/ou privées visent à élargir le champ d'intervention des arts et à en accroître les retombées pour la société à travers une volonté de « démocratisation de la culture » : par un enrichissement de l'offre et une ouverture à des pratiques qui n'étaient pas jusqu'alors reconnues comme faisant parties des Beaux arts (danses urbaines, design, architecture, paysage, art culinaire...). Dans cette période où est menée une « politique des artistes » et de soutien aux auteurs, la Fondation de France propose de reconsidérer la « valeur d'usage » de l'art. Le programme d'action des « Nouveaux Commanditaires » conçu par l'artiste François Hers invite des citoyens, confrontés à un problème de société ou de développement d'un territoire, à prendre l'initiative d'une commande à des artistes contemporains. Son originalité repose sur une conjonction nouvelle entre quatre acteurs : les citoyens commanditaires, le médiateur culturel de la Fondation de France et l'artiste, rejoints dans la phase de production de l'œuvre par des partenaires publics et privés

En prenant ce dispositif comme objet d'étude privilégié de la redéfinition des relations entre art, territoire et société, il s'agit d'examiner trois niveaux de conséquences : le changement d'échelle de la création artistique, les interactions accrues entre l'art et la société, l'entrée en scène de nouveaux acteurs dans la production et valorisation des arts.

Mots Clés : Art et Société, Espace public, Territoire, Communication, Médiation, Médiatisation, Expression et participation citoyenne