

Coordinateurs :

Amélie Coulbaut-Lazzarini, URE //TransitionS, Sciences de l'information et de la communication, amelie.coulbaut@unice.fr

Guillaume Bailly, laboratoire ESO Le Mans (UMR 6590), aménagement de l'espace/urbanisme, guillaume.bailly@unice-lemans.fr

Mots-clés : territoires, innovation, transitions, mobilités, numérique, liens, discours, perceptions

Disciplines :

Sciences de l'information et de la communication

Aménagement de l'espace/urbanisme

Les sciences de l'information et de la communication s'attacheront aux questions des relations, des médiations sur les innovations dans les territoires et d'une manière plus large aux aspects communicationnels et sociétaux qui traversent les territoires d'innovation et constituent des enjeux pour demain.

En tant que discipline invitée, l'aménagement de l'espace/urbanisme portera son regard sur la mise en place des innovations et leurs effets sur les territoires. Il s'agira d'interroger les logiques de gouvernance des dispositifs mis en place par les collectivités territoriales et/ou les entreprises privées à l'échelle intercommunale, de la ville, ou du quartier dans une logique de transition socio-écologique des terrains étudiés. Les retours d'expérience attendus témoigneront tant des projections, des attentes portées par les initiateurs de ces démarches (planification, modélisation/simulations, esquisses) que de leur concrétisation. En parallèle, il s'agira d'observer quel type de population adhère à ces propositions, se les approprient ou les rejettent.

Il nous paraît particulièrement pertinent d'associer ces deux disciplines dans une réflexion sur les territoires d'innovation, partant de l'idée de Claude Raffestin (1980), selon laquelle «Tout objet peut endosser une fonction patrimoniale, et tout espace peut devenir territoire, à la condition qu'ils soient, l'un et l'autre, pris dans un rapport social de communication ».

Introduction

De toutes parts, il est aujourd'hui question de territoires (Antheaume et Giraut, 2005, Retaillé, 2015) et d'innovation (Fontan, Klein, Tremblay, 2004 ; Badillo, 2013). Ces deux notions, dont les définitions varient selon les contextes, les chercheurs et les acteurs (Di Méo, 2001 ; Elissalde, 2002 ; Everett, 2003), en viennent à se combiner dans les discours et les textes officiels qui appellent à construire le monde de demain. Si ces thématiques ne sont pas nouvelles, leur recoupement par contre l'est. En effet, d'une part l'étude des territoires d'innovation a pris une certaine dimension notamment en sciences de l'information et de la communication mais aussi en sociologie avec l'étude des technopôles ou des techno-poles dès les années 70/80 (Bernardy de Sigoyer and Boisgontier, 2000;

De Kerorguen and Merlant, 1985) ; et d'autre part la notion de territoire a été étudiée parallèlement sous l'angle de l'intelligence économique territoriale (Bertacchini et al., 2006; Dumas, 2011). Ainsi, le cahier des charges de l'appel à manifestation d'intérêt du programme d'investissement d'avenir porté par l'Etat définit les "Territoires d'innovation de grande ambition" (TIGA) comme porteurs d'un "projet de transformation ambitieux et fédérateur, selon une stratégie clairement définie tenant compte des spécificités du territoire" (cahier des charges, mars 2017). Le communiqué de presse lié à cette action précise que ces territoires d'innovation sont des "territoires démonstrateurs de grande ambition, susceptibles d'apporter des éléments de réponses" aux défis d'aujourd'hui (communiqué de presse, 24 mars 2017).

Notre société occidentale n'en finit plus de proposer de nouvelles manières d'envisager les territoires et l'innovation, au travers de classements smart cities (Juniper research & Intel, 2017), de labels et autres sélections (lauréats TIGA 2017...). Les institutions de tous niveaux investissent le sujet, à l'image de la Commission européenne qui a décerné à Nice le titre de "ville ambassadrice de l'innovation en Europe" (7 novembre 2017). La communication pédagogique s'intéresse également à ces notions, la wikiversité proposant désormais une définition de "territoire de l'innovation" (https://fr.wikiversity.org/wiki/Territoires_de_l%27innovation/Introduction).

Dans ce contexte foisonnant nous proposons au travers de ce numéro thématique de porter sur le terrain scientifique la question des territoires d'innovation, depuis sa dimension épistémologique jusqu'aux développements pragmatiques, d'ordre communicationnels et urbanistiques. Assistons-nous à l'émergence d'un concept porteur d'enjeux réflexifs spécifiques ? S'agit-il seulement d'une nouvelle mode langagière ? Comment cet assemblage de termes largement étudiés peut-il porter de nouvelles représentations, de nouveaux discours, organisateurs d'actions génératrices d'effets ?

1. Épistémologie des territoires d'innovation : entre concept et label, légitimation, quel positionnement, quels discours ?

Cet axe invite à réfléchir à la définition et au positionnement scientifique de la notion de territoire d'innovation, tant d'un point de vue des sciences de l'information et de la communication que du point de vue de l'aménagement/urbanisme. Nous invitons les contributeurs à engager une réflexion sur la spécificité des territoires d'innovation et leur conceptualisation tout en interrogeant le processus de labellisation (Bergeron, Castel, Dubuisson-Quellier, 2014 ; Dalla Pria, 2011) lié à cette terminologie, dans une perspective largement épistémologique. Il s'agira de s'interroger sur la nature des changements sémantiques (Magué, 2005) opérés. Dans quelle mesure les logiques d'innovation de ces territoires peuvent être le reflet d'une réplique de savoir-faire, de logiques éprouvées dans le temps dont il s'agit de relancer la dynamique ? A contrario, de véritables tournants ont-ils été opérés dans les systèmes de gouvernance mis en place pour garantir le succès et l'essaimage des démarches engagées et des projets portés (Araszkiewicz, 2003)? Quels en sont les moteurs, les motifs, et les impératifs ? Par ailleurs, nous proposons de revenir sur la spécificité même des territoires d'innovation : peut-on en dresser une typologie et quels sont les critères qui permettent de les identifier ? Les auteurs sont invités également à déconstruire les discours produits autour de ces territoires et à discuter la pertinence de leur autoproclamation. Autrement dit, c'est de la légitimité et des critères des palmarès (Brennetot 2006, population et avenir 2006 ; Cardy 2011) proposés dont il est ici question en identifiant les argumentaires qui distinguent un territoire d'innovation d'un autre ou qui le différencie d'autres territoires dont la toponymie et l'identité (Bailly 2008 ; Boyer, 2013) échappe au processus. Les auteurs sont invités à se prononcer sur les mécanismes et systèmes de gouvernance

qui assurent la visibilité des projets à l'échelon local, régional, national et mondial. Quels sont les périmètres de ces initiatives, selon quelles logiques ? Quels sont les frontières esquissées par le jeu de la concurrence ou de la coopération, dans quelle temporalité s'inscrivent-elles ? Plus largement enfin, les auteurs sont invités à livrer leurs réflexions autour des leviers de l'innovation : à quels impératifs répondent ces territoires d'innovation, s'agit-il d'accompagner une profonde mutation sociétale ? De pallier des inégalités sociales ? De maximiser des intérêts particuliers ?

2. Quelles logiques pour la conception et la diffusion des innovations sur les territoires ?

Cet axe vise à interroger les logiques de production de l'innovation, leur mise en place, leur diffusion dans l'espace. Il s'agira de revenir sur des contextes, des études de cas, sur des terrains variés (en France et à l'étranger) afin de cerner les attentes des porteurs de projets de démonstrateurs (Boulangier et Jeannin, 2016 ; Marchand et Trink, 2016 ; Douay, Henriot, 2016). Il s'agira d'expliquer leurs stratégies d'implantation et leurs logiques de marketing territorial (Proulx et Tremblay, 2006, Rochette 2012, Houllier-Guibert 2012). Le contenu des vecteurs de communication utilisés par les commanditaires et les concepteurs d'innovation servira de support analytique pour comprendre les attentes espérées (Barabel, Mayol, Meier, 2010).

Les propositions peuvent utilement s'inscrire dans une perspective de design informationnel, d'architecture de l'information (Chartron et al., 2013) afin de mieux nourrir les dimensions informationnelles et communicationnelles de cet axe.

Il s'agira également d'interroger quels sont les enjeux pour le futur de cette question d'innovation au sein du territoire. En particulier, la convergence du territoire numérique et du territoire durable peut être source de contributions fécondes.

Les propositions attendues peuvent s'inscrire dans une ou plusieurs échelles d'analyse croisées en milieu urbain dense, péri-urbain et rural.

3. Comment sont vécues les innovations territoriales : expérimentation, représentations, perceptions

Cet axe s'articule autour des retours d'expérience des populations confrontées à la mise en place des dispositifs expérimentaux des terrains d'études spécifiques. Il s'agit ici de rendre compte des mutations territoriales (Khainnar, 2016) qui succèdent à la mise en place d'une innovation (Badillo, 2013) sur un espace donné, tout au long de l'expérimentation, jusqu'à sa pérennisation ou son retrait. Cet axe interroge la présentation, la réception, l'acceptabilité de l'innovation, son appropriation au prisme des discours produits par les usagers. Il sera également question d'analyser conjointement le discours médiatique autour de ces dispositifs (presse institutionnelle, médias sociaux), que les expériences soient des échecs ou des succès retentissants, qu'elles posent ou non la controverse territoriale (Gagnebien and Bailleul, 2011). Les auteurs sont invités à mettre en lumière les discours produits par les différentes parties prenantes et leur positionnement, dans le but de cerner les freins, les oppositions ou les voies de compromis et de coopération envisagées par les usagers, des logiques de conflit à la co-construction allant vers l'intelligence territoriale (Masselot, 2014).

Bibliographie :

- Antheaume, B., Giraut F.,(dirs.). 2005. Le territoire est mort. Vive les territoires ! Un (re)fabrication au nom du développement. Paris : IRD éditions.
- Araszkieviej, J., 2003. L'ombilic et la technique, in: L'Héritage d'une Utopie : Essai Sur La Communication et l'organisation de Sophia Antipolis. Edisud, pp. 187–214.
- Bailly, G, 2008. Nommer les espaces de coopération intercommunale [WWW Document], URL <https://journals-openedition-org.doc-elec.univ-lemans.fr/espacepolitique/317> (accessed 5.2.18).
- Badillo, P.-Y., 2013. Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation ? Du modèle « Émetteur » au modèle communicationnel, Abstract, Resumen. Les Enjeux de l'information et de la communication 19–34.
- Barabel, M., Mayol, S., Meier, O., 2010. Les médias sociaux au service du marketing territorial : une approche exploratoire, Abstract. Management & Avenir 233–253. <https://doi.org/10.3917/mav.032.0233>
- Bergeron, H., Castel, P., Dubuisson-Quellier, S., 2014. Gouverner par les labels, Governing by labels. Gouvernement et action publique 7–31. <https://doi.org/10.3917/gap.143.0007>
- Bernardy de Sigoyer, M., Boisgontier, P., 2000. La technopole, une certaine idée de la ville : Enquête sur d'étranges attracteurs urbains. Editions L'Harmattan, Paris.
- Bertacchini, Y., Girardot, J.-J., Gramaccia, G., 2006. De l'intelligence territoriale. Théorie, Posture, Hypothèses, Définitions, in: 5e Colloque "TIC et Territoire : Quels Développements ?". Besançon, France.
- Boulanger, N., Jeannin, H., 2016. Une ville intelligente et humaine, A smart, human city. Annales des Mines - Responsabilité et environnement 22–26.
- Boyer, H., Cardy, H., 2011. Localiser, identifier, valoriser. Mots. Les langages du politique 5–13. <https://doi.org/10.4000/mots.20464>
- Brennetot, A, 2006. Métropoles idéales pour cadres internationaux. Classement international et réalités sociales - Persée [WWW Document], n.d. URL http://www.persee.fr/doc/aru_0180-930x_2006_num_101_1_2677 (accessed 5.2.18).
- Cardy, H., 2011. Le discours identitaire dans les politiques de communication territoriale. La place des palmarès et de leur médiatisation. Mots. Les langages du politique 59–74. <https://doi.org/10.4000/mots.20504>
- Chartron, G., Chaudiron, S., Ihadjadene, M., 2013. Introduction. Études Commun. Lang. Inf. Médiations 9–12.
- Dalla Pria, Y., 2011. Chapitre 4. Naissance, vie et mort des labels géographiques, in: Vie et mort des institutions marchandes. Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), pp. 139–168.
- De Kerorguen, Y., Merlant, P., 1985. L'explosion des cités scientifiques, technopolis, U.S.A, Japon, Europe, Autrement. ed. Paris.
- Douay, N., Henriot, C., 2016. La Chine à l'heure des villes intelligentes. L'Information géographique 80, 89–102. <https://doi.org/10.3917/lig.803.0089>
- Dumas, P., 2011. L'Intelligence territoriale dans le champ des sciences de l'information et de la communication.. Presented at the 1st Intercontinental Conference of Territorial Intelligence " Interdisciplinarité dans l'aménagement et développement des territoires ""I.C.I. les territoires, l'Intelligence, la Communication et l'Ingénierie territoriales pour penser ensemble le développement des territoires", Gatineau, Canada., p. 11.
- Fontan J-M., Klein J-L, Tremblay D-G, 2004. Innovation et société : pour élargir l'analyse des effets territoriaux de l'innovation, Géographie, économie, société, 2004/2 (Vol. 6), p. 115-128
- Gagnebien, A., Bailleul, H., 2011. La ville durable imaginée : formes et modalités de la communication d'un projet de société. Études Commun. 115–130.
- Houllier-Guibert, C.-E., 2012. De la communication publique vers le marketing des territoires : approche microsociologique de la fabrication de l'image de marque, The branding of Britain (France): a structuration between promotion and marketing. Gestion et management public me 1/n°2, 35–49. <https://doi.org/10.3917/gmp.002.0035>

- Khainnar, S., 2016. Changer l'humain pour humaniser le changement urbain : Quel rôle de la communication urbaine pour mieux manager l'habitant ?, Change the human for humanizing the urban change: What role for the urban communication to better manage the inhabitant? Communication & management 13, 73–89. <https://doi.org/10.3917/comma.132.0073>
- Magué, J.-P., 2005. Changements sémantiques et cognition : Différentes méthodes pour différentes échelles temporelles (phdthesis). Université Lumière - Lyon II.
- Marchand, J.-L., Trink, C., 2016. Quelles métropoles, demain ? Enjeux technologiques, numériques et environnementaux. Annales des Mines - Responsabilité et environnement 3–4.
- Masselot, C., 2014. Information et communication territoriales. Approches croisées. Rev. Fr. Sci. L'information Commun.
- Proulx, M.-U., Tremblay, D., 2006. Marketing territorial et positionnement mondial, Summary. Géographie, économie, société 8, 239–256. <https://doi.org/10.3166/ges.8.193-211>
- Raffestin, C., 1980. Pour une géographie du pouvoir. Librairies techniques.
- Rochette, C., 2012. L'approche ressources et compétences comme clé de lecture du processus d'élaboration d'une ressource originale : la marque territoire, The resource-based view as a grid to read the process of the creation of an original resource: the brand of territory. Gestion et management public me 1/n°1, 4–20. <https://doi.org/10.3917/gmp.001.0004>

Calendrier :

- Date limite d'envoi des propositions d'articles : 15 septembre 2018
- Notification d'acceptation ou de refus : 10 octobre 2018
- Envoi des articles complets : 15 janvier 2019
- Chaque article sera évalué en double aveugle par un comité de lecture indépendant.
- Retour aux auteurs sur l'article : 1er avril
- Remise de l'article final : 1er juin 2019

Soumission d'une proposition d'article

Proposition

- Les propositions d'article ne doivent pas dépasser 5000 signes ;
- Elles présenteront le titre, l'axe dans lequel s'insère de façon préférentielle cette proposition, la problématique, la méthodologie adoptée et les principaux résultats qui seront développés.
- L'intégration d'éléments graphiques, de vidéos, photos, corpus, résultats d'enquêtes, retranscriptions d'entretiens dans les articles est bienvenue.
- Chaque proposition d'article soumise est accompagnée de 5 mots clés, des noms, ainsi que des affiliations et adresses e-mail de tous les auteurs.

Merci d'envoyer vos propositions par courrier électronique aux coordinateurs :

- Amélie Coulbaut-Lazzarini amelie.coulbaut@unice.fr
- Guillaume Bailly, guillaume.bailly@unice-lemans.fr

La réception de chaque proposition donnera lieu à un accusé de réception par courriel.

Les propositions d'articles seront sélectionnées en fonction de leur pertinence scientifique et de leur contribution à l'approche transdisciplinaire du dossier.

Rédaction de l'article

- Si la proposition est retenue, la longueur de l'article final sera de 30 à 50 000 signes, espaces non compris (ceci inclut les notes, mais exclut la bibliographie).
- Les articles peuvent être soumis en français, en espagnol, en allemand, en anglais et doivent être accompagnés d'un résumé en français, dans la langue de l'article et en anglais.

Les auteurs sont invités à se référer aux normes de la revue : <http://revuekairos.univ-bpclermont.fr/normes-aux-auteurs>

Site de la revue : <http://kairos.univ-bpclermont.fr/>

Comités de la revue

Comité scientifique international

ABDELLILAH Adbelkader , Directeur du laboratoire d'information et des archives, Université d'Oran (Algérie)

BASUROY Suman, Professeur en Marketing, University of Texas at San Antonio (États-Unis)

BERTIN George, Directeur de recherches en Sciences sociales au CNAM des Pays de la Loire

CANDEL Étienne, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA - Paris-Sorbonne

CHEVAL Jean-Jacques, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Bordeaux

DOUYERE David, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Paris 13

DRESSEN-HAMMOUDA Dacia, Maître de conférences en Études anglophones, Université de Clermont-Ferrand 2

DRUET Anne-Cécile, Maître de conférences en Civilisation espagnole contemporaine, Université de Marne la Vallée

FRAME Alexander, Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Bourgogne

FREÁN HERNÁNDEZ Óscar, Maître de Conférences en Histoire et Civilisation de l'Espagne contemporaine, Université de Franche-Comté

GAZI Angeliki, Assistant professor at the Department of Communication and Internet Studie, Cyprus University of Technology

GAUTHIER Jean-François, Directeur de l'Institut de Gouvernance Numérique (Québec)

GOUSCOS Dimitris, Assistant Professor, Faculty of Communication and Media Studies, University of Athens

GRAMACCIA Gino, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Bordeaux

JUNKERJÜRGEN Ralf, Études culturelles-romanistique / Kulturwissenschaften-Romanistik, Université de Regensburg (Allemagne)

KÖSE Hüseyin, Professeur des Universités en Journalisme, Université Erzurum (Turquie)
LARDELLIER Pascal, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Bourgogne
LUENGO LOPEZ Jordi, Profesor Contratado Doctor, Universidad Pablo de Olavide, Séville (Espagne)
NICOLESCU Basarab, Président du Centre International de Recherches et Études Transdisciplinaires (CIRET)
OLLIVIER Bruno, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université des Antilles et de la Guyane
QUANQUIN Véronique, Maître de conférences en Linguistique Didactique, Université de Clermont-Ferrand 2
PEREZ HERRERO Pilar, Profesora titular en Communication, Université de Salamanca (Espagne)
TUDOR Mihaela, Maître de conférences HDR en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Montpellier 3
VIALLOON Philippe, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Strasbourg
WHITTON Timothy, Professeur des Universités en Études anglophones, Université de Clermont-Ferrand 2
WIKMAN Marina, Senior Lecturer / Maître de conférences en Communication interculturelle, Satakunta University of Applied Sciences (Finlande)
ZREIK Khaldoun, Professeur des universités en Sciences de l'information et de la communication, Université Paris 8

Rédacteurs en chef

Olivia SALMON-MONVIOLA, MCF en études ibériques 14e section
Sébastien ROUQUETTE, PU en Sciences de l'information et de la communication, 71e section