

Stratégies discursives et innovation : de l'influence dans l'induction

Sylvie Bourdin



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1998>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1998

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 novembre 1997

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Sylvie Bourdin, « Stratégies discursives et innovation : de l'influence dans l'induction », *Communication et organisation* [En ligne], 12 | 1997, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 20 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1998> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.1998

Ce document a été généré automatiquement le 20 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Stratégies discursives et innovation : de l'influence dans l'induction

Sylvie Bourdin

- 1 Cette communication est issue des travaux menés dans le cadre d'un doctorat¹ qui, à partir de l'exemple de la technopole de Sophia Antipolis², proposait de rendre compte de la dynamique d'élaboration et de construction d'une innovation³. L'étude de cette expérience de coopération inter-organisations⁴ permet d'envisager de manière extensive la notion de construction collective et de mettre en évidence les modalités complexes de l'efficacité des pratiques discursives. Le discours médiatique, c'est-à-dire celui auquel nous sommes le plus directement exposé, présente Sophia Antipolis, l'innovation technopole, comme l'incarnation d'une proposition verbale⁵ et attribue son existence et son succès à un individu, Pierre Laffitte, inventeur génial, opérateur omniprésent et infatigable, auteur unique du projet. Le discours en général, et plus particulièrement les récits présentent donc l'innovation comme un processus linéaire. Mais dès lors qu'on se penche sur l'histoire de Sophia, que l'on suit au plus près l'innovation en train de se faire, une complexe généalogie apparaît, les énoncés se multiplient, se répondent et se contredisent et l'on se trouve plongé, au cœur des tâtonnements, des regroupements à géométrie variable, soit de processus complexes d'interactions dont l'innovation est le produit.
- 2 La filiation en droite ligne qui relie une idée à sa réalisation n'existe qu'a posteriori au prix d'un immense travail discursif qui vise à effacer les paternités multiples, la bâtardise congénitale des innovations⁶. Une légère prise de recul permet de ne pas être dupe de ces reconstructions. Mais il reste encore à rendre compte d'une construction non linéaire : mettre en évidence la pluralité des facteurs impliqués, démêler leur intrication.
- 3 Ce collectif caractérisé par le nombre et la diversité des intervenants redonne une validité aiguë à des questions telles que, qui fait l'innovation, comment est-elle produite ou qu'est ce qui se fait et comment cela se fait-il ? Les mécanismes qui participent à la décision, à l'action ont été au centre du travail précédent.

- 4 Dans le cadre du colloque la contribution vise à présenter un terrain dans lequel les processus de communication relève de l'induction telle qu'elle a été définie dans notre problématique⁷. Il s'agira ensuite de mettre à jour les mécanismes qui participent de l'action collective, soit identifier les processus de communication qui encadrent le passage du dire au faire. Quatre points seront développés :
- 5 1. Il s'agira tout d'abord de présenter les multiples intervenants ainsi que la complexité des interactions qui s'établissent entre eux. En effet, l'enquête ethno-historique met à jour l'absence d'opérateur unitaire et central mais un nombre impressionnant d'acteurs aux stratégies et aux objectifs divers, et la constitution collective et continue, en énoncés et en actes de la proposition-réalisation technopole. Le succès de l'innovation est envisagé comme une rencontre et une mise en commun partielle, contingente et toujours imparfaite.
- 6 2. Pour décrire la dynamique constituée par un collectif hommes-choses, les interactions des acteurs humains et des acteurs non humains on a opté pour une approche qui articule la sociologie de l'innovation et la médiologie, dans le cadre d'une auto-organisation du social. Cette démarche inductive permet de pointer des phénomènes d'inductions.
- 7 3. Dans le cadre des interactions entre les acteurs humains, de multiples stratégies discursives contribuent au passage du dire au faire. L'efficacité des pratiques discursives est au cœur du recrutement des acteurs comme du lancement de l'opération et relèvent tout à la fois de la séduction, de la négociation et de l'influence.
- 8 4. L'émergence, la définition, le lancement et la mise en œuvre de la technopole est le produit des interactions qui s'établissent entre les multiples acteurs du projet. Chaque avancée de l'innovation consiste en une stabilisation des influences qui s'exercent et qui font de la technopole le produit d'une vaste opérations d'influences dont nous chercherons à cerner la nature. En s'attachant plus particulièrement aux stratégies d'influence nous montrerons les motivations des acteurs. Enfin nous proposons d'éclairer les limites de l'efficacité des stratégies d'influence en les replaçant dans le cadre plus général de l'influence.

Le collectif hétérogène d'une innovation

- 9 Ainsi, la version médiatique officielle attribuée à Pierre Laffitte la fonction de père de Sophia Antipolis, d'auteur de l'innovation technopole. Mais déjà, le récit du père⁸ met en évidence l'indispensable conquête des alliés : DATAR, banques, décideurs locaux, entreprises qu'il a fallu convaincre et entraîner dans cette aventure. Par ailleurs, d'autres voix s'élèvent et relatent d'autres histoires, proposent d'autres présentations de Sophia. Tous proclament : « Sophia c'est moi ». Ainsi la technopole est donnée pour une illustration prestigieuse de la politique d'aménagement du territoire – laboratoire exemplaire des procédures du Règlement National d'Urbanisme. Elle peut être aussi l'originale solution trouvée pour développer l'activité économique locale ou une proposition sociale et spatiale inédite, une opération de préservation des espaces naturels contre la frénésie bétonnante des promoteurs. Ou encore une cité des chercheurs, vouée à la coopération, un haut lieu de la modernité et du progrès.
- 10 Tous ont raison. Oui SA c'est tout cela. À l'idée géniale d'un homme seul, toute entière réalisée durant trente années se substitue une pléthore d'énonciateurs-opérateurs, de multiples projets déclinés à partir des objectifs et des contraintes divers et parfois

contradictoires. Oui ils ont bien participé à la naissance d'une innovation et de manière centrale, décisive. S'il fallait remercier tous ceux sans qui Sophia n'aurait pu voir le jour, on pasticherait la plus longue des remises d'oscars. Il faudrait citer la DATAR dont la puissance a permis le ralliement de tous les ministères concernés ; un sénateur, un président de Conseil général et deux préfets pour avoir poursuivi ce projet pendant 30 ans et l'avoir finalement imposé auprès des hésitants, des réticents et des lymphatiques ; le Conseil général pour avoir pris la responsabilité de l'opération ; la Chambre de Commerce et d'Industrie pour s'être portée volontaire pour assumer la maîtrise d'ouvrage ; les banques pour avoir autorisé le lancement de la mise en œuvre en accordant des crédits à un moment risqué ; les premières organisations (entreprises et laboratoires) pour avoir cru dans le projet et lui avoir donné vie en décidant une implantation, en acceptant une décentralisation dans un coin de garrigue ; les aménageurs, architectes, urbanistes, bureaux d'études, pour avoir traduit le projet en études, plans, zones, dossiers puis en concours et appels d'offre, en contrat et en chantiers. C'est que la création ex nihilo d'un parc d'activités orienté vers la recherche et ses applications dans le domaine des hautes technologies nécessite l'implication et l'intervention d'acteurs multiples et divers de niveaux différents : local et national, économique, scientifique et politique, public et privé.

- 11 Sans tous ceux-là Sophia Antipolis ne serait pas. Mais que serait-elle sans le site, ce plateau de 15 000 ha, avec ses vallons, sa dépression, sa rivière, cette forêt et cette garrigue menacées par les incendies et le mitage⁹, ce réseau hydrographique souterrain, qui a contraint et incliné le projet. Que serait la technopole sans ses voies de communication (son aéroport international), la réglementation¹⁰ dans le moule duquel elle a du se fondre et qui l'a largement orientée, façonnée.
- 12 Dès lors que l'on cherche tout ce qui entre en jeu dans la réalisation, tout ce dont l'innovation procède on voit s'allonger la liste des responsables, des participants et surtout on doit se résoudre à faire accéder les non humains au statut d'acteurs.
- 13 La multiplicité des niveaux impliqués et nécessaires, l'hétérogénéité des acteurs en présence permet d'envisager la complexité des processus qui participent à l'émergence puis à la réalisation d'un tel projet. L'innovation sophilopolitaine apparaît comme une construction collective au sens fort : mise en commun partielle aléatoire, contingente, imparfaite. SA résiste aux représentations classiques, mécanistes et linéaires¹¹ Le recours dans ce cadre au schéma émetteur-récepteur consiste à rabattre sur un modèle dual et simplifiant la complexité, à isoler des séquences d'interactions. Mais surtout il fait l'impasse sur ce dont il convient de rendre compte : l'intrication des messages et des effets à l'intérieur d'un collectif hétérogène, la dynamique globale de l'ensemble.
- 14 Comment retracer les interactions qui s'établissent entre les individus et des intervenants bien particuliers que sont les réglementations, les dispositifs techniques, les orientations politiques, les contextes et qui enrichissent mais compliquent notre approche de la communication. Comment enfin restituer les interactions par lesquelles se rapprochent et s'attachent les uns aux autres les acteurs, démêler le faisceau des influences réciproques, des obligations et des stratégies ?

Réseau et déplacement : une approche inductive de l'induction

- 15 Une démarche inductive, qui consiste à représenter les différents acteurs (sans effectuer de coupure ontologique) et fait figurer les associations qui les constituent en collectif, est séduisante. Du point de vue de la méthode, il s'agit de prendre le discours pour traceur et de laisser les acteurs s'entre définir, mesurer les effets qu'ils produisent les uns sur les autres et mettre à jour les stratégies qui permettent la mise en cohérence, l'assemblage des propriétés et des buts de chacun.
- 16 La carte des acteurs et des associations est un ensemble mobile – le réseau de la proposition– dont les liens s'établissent et se modifient en permanence. La dynamique des flux est repérable par des mouvements, des positions nouvelles, des changements que l'on va qualifier de déplacements. Nous distinguerons trois types de déplacements.
- 17 – Le déplacement de la proposition entre des acteurs. La balistique des énoncés permet de suivre l'onde du discours. On reconstitue la propagation du projet en suivant son cheminement entre ceux qui l'énoncent, le reprennent, le transforment : un chercheur isolé (Pierre Laffitte), le parti d'industrialisation des Alpes maritimes¹², le conseil général, le préfet, le délégué de la DATAR, le conseil interministériel d'aménagement du territoire, l'école des Mines,... Chaque point d'émission nouveau témoigne de la pénétration de la proposition auprès d'acteurs que l'on voit ainsi prendre place dans le projet.
- 18 – Le déplacement de la position d'un acteur par rapport aux autres et au projet. Pierre Laffitte, dans le texte de 1960 proposait la création d'une cité des chercheurs en réaction contre la politique de décentralisation, rejetant l'idée d'une implantation plus éloignée de Paris qu'Orléans. En 1969, il annonce, dans la presse locale cette fois, la création de sa future cité des chercheurs dans les Alpes maritimes. Ce changement de point de vue de Pierre Laffitte¹³ opère par le jeu d'une traduction c'est-à-dire une modification de son énoncé initial : il accepte aujourd'hui ce qu'il refusait hier et qui hypothéquait les chances de réussite de son projet. Pour réaliser effectivement le rêve de cité scientifique il lui faut reconnaître la réalité et la force d'une orientation politique nationale (la décentralisation de la recherche). Ce revirement lui permet de rester au cœur du projet tandis que DATAR et Conseil général travaillent déjà à lancer une opération dans le département.
- 19 – Le déplacement d'un acteur qui intègre le réseau, signe un recrutement (une adhésion au projet et un engagement) et modifie ainsi, en le développant, le collectif sophilipoliteain ; ainsi, le conseil général des AM. Farouchement opposé à toute forme d'industrialisation, réticent à l'idée de créer une cité scientifique, il deviendra à partir de 1974 responsable de toute l'opération. Ou encore, l'engagement de l'Etat formalisé par les décisions prises en Conseil interministériel d'aménagement du territoire¹⁴ est un premier déplacement qui entraînera beaucoup d'autres puisque l'arrivée de ce nouvel acteur fera entrer le projet dans un cadre réglementaire strict qui orientera durablement la réalisation. Il contraindra les autres acteurs à se déplacer à nouveau pour faire coïncider le projet avec les nouvelles contraintes.
- 20 Comme on le voit dans le dernier exemple, les trois déplacements se complètent, s'articulent. Tout déplacement est le produit des interactions, les sanctionne. Il ponctue les échanges. Si nous ne sommes pas en mesure de définir l'induction, ni de dire ce qui induit, la représentation choisie – en permettant la visualisation de la reconfiguration du

réseau, en retraçant la genèse des associations– permet de repérer des phénomènes que l'on qualifiera d'inductions¹⁵. On peut avancer qu'une innovation relève d'un vaste mouvement inductif constitué de ces phénomènes qui marquent autant d'étapes d'avancement par définition, orientation, transformation de la proposition.

- 21 Il s'agit maintenant de reconstituer les processus dont ces inductions sont le résultat. Or les discours ne portent pas seulement la trace des déplacements avérés. Certains d'entre eux sont de véritables programmes de déplacements indiquant les nouveaux acteurs à recruter, c'est-à-dire à déplacer vers le projet.

Du dire au faire : les stratégies discursives

- 22 Une innovation est un discours qui se réalise : longtemps l'existence de la technopole se tiendra exclusivement dans des textes, articles, correspondance, discours politiques, rapports, études. Le discours co-construit continûment la réalisation : du discours de production qui la définit, la décline, la traduit en énoncés de plus en plus réduits, précis, opérationnels, prêts à agir, au discours de reconnaissance, qui décrit une réalisation, proclame son succès, et lui attribue un sens.
- 23 Le discours est au cœur des interactions qui s'établissent entre les acteurs humains. Les différents alliés de l'innovation développent des stratégies discursives afin de séduire ou de convaincre un nouvel acteur, d'imposer leur version du projet, de s'en faire attribuer la paternité. On se limitera ici à l'analyse de la place du discours dans ce changement d'instance du dire au faire.
- 24 En premier lieu, les stratégies discursives participent au recrutement. L'innovation n'est possible que par la participation d'acteurs jusqu'alors étrangers au projet qu'il faut convaincre et mobiliser. Le succès de l'innovation réclame de faire entrer Sophia Antipolis dans leurs préoccupations. Il faut les intéresser et pour cela traduire la proposition pour la rapprocher de leurs propres objectifs, l'associer à leurs intérêts, la faire coïncider avec leurs attributions. On la considère comme une stratégie discursive puisqu'un objectif identifié préside à l'élaboration du message de la traduction et que les modalités de sa diffusion sont coordonnées.
- 25 On repère à Sophia deux sortes de traductions¹⁶ :
- 26 – présenter le projet comme la solution : le parti d'industrialisation veut développer l'activité économique du département, Sophia Antipolis sera la réponse à leurs intérêts explicites, présenter le projet comme un (petit) détour : pour réussir son objectif national d'aménagement du territoire, la DATAR, face aux résistances des chercheurs vis à vis de toute proposition de délocalisation par éparpillement, accepte en matière de décentralisation la formule du « marcottage » qui consiste à créer des pôles mixtes de développement (formation et industrie) autour de la délocalisation d'un centre de recherches¹⁷. Le détour de cette traduction-ci est minime ; plus l'acteur est important et nécessaire, plus le détour qu'il devra consentir sera réduit. En revanche, plus il est petit plus il se déplace ; ainsi Pierre Laffitte acceptera, lui, de revenir sur son refus de la décentralisation, qui sou tendait tout son énoncé de 1960.
- 27 Les stratégies discursives peuvent revêtir d'autres formes dans le cadre du passage du dire au faire. Les acteurs les plus actifs de Sophia ont parfois affecté au discours une fonction de prophétie auto-réalisatrice¹⁸. En 1969, Pierre Laffitte, dans un article du quotidien Nice Matin, annonce le lancement de la cité des 20 000 chercheurs, impulsée

par la décentralisation de l'école des Mines et avec l'accord et le soutien de l'État. Si une Association¹⁹ contrôlée par Pierre Laffitte a bien acquis des terrains, tout le reste n'est encore qu'en projet : l'État ne s'est pas engagé formellement, le directeur de l'école des Mines a peut être déjà écrit pour se porter acquéreur d'une parcelle (si le projet se concrétisait), rien d'autre. Cet article donnant pour acquis la réalisation de l'innovation va bousculer tous les acteurs(ceux auxquels il est fait allusion et les autres qui attendent l'engagement de ces acteurs pour se mobiliser à leur tour) et accélérer le rythme du projet..

- 28 Mais revenons à la traduction. Le désir de concrétiser un énoncé contraint à faire partager à d'autres le projet, à le mettre en commun. Les acteurs d'une innovation sont face à un dilemme : garder pour eux un projet intact qui restera une belle idée ou tenter une réalisation et pour cela diffuser leur message, le modifier afin qu'il en séduise d'autres, ce qui revient à le transformer soi même, à le partager. La mise en commun n'est pas fusionnelle, elle consiste à lâcher la proposition, accepter qu'elle échappe, qu'elle poursuive son cheminement entre d'autres mains, qu'elle soit relayé par d'autres voix, au risque alors de se dissoudre. Le paradoxe de la diffusion s'illustre à Sophia par le lancement (entre 1969 et 1974) de deux opérations parallèles situées sur le même site géographique : d'une part Sophia Antipolis, zone de 40 ha aménagée par Pierre Laffitte et d'autre part, le Parc International d'Activités de Valbonne, programme de 5 000 ha sous l'égide du Conseil général et de la CCP²⁰..
- 29 Le recrutement d'acteurs jusqu'alors autonomes et largement indépendants, s'il est incontournable pour la réussite de la proposition, recèle des risques importants de délitement ou d'essaimage. La question de la maîtrise et du contrôle du projet devient un enjeu. Les acteurs les plus impliqués vont veiller à peser sur ses orientations, sa réalisation, et à se faire attribuer le résultat, établissant entre eux un rapport de force instable.
- 30 Traductions, prophétie auto-réalisatrice, conséquences du paradoxe de la diffusion, les stratégies discursives sont de stratégies d'influence.

Une vaste operation d'influences

- 31 Que la technopole soit le produit d'interactions, et que l'influence joue un rôle centrale voilà qui est aisément acceptable. Il nous reste à tirer au clair la nature de ces influences.
- 32 Dans un premier temps, l'intégration des non humains au statut d'acteurs de la proposition s'effectue au motif qu'ils entrent en jeu dans la définition du projet et dans la réalisation en inclinant notablement ses orientations. Les acteurs non humains, en fonction de leurs caractéristiques propres et fortes contraignent les autres acteurs à des déplacements. Plus simplement on peut dire qu'un acteur non humain a une influence sur les autres acteurs et sur le projet.
- 33 Le site est tout d'abord un élément favorable, qui permet, en la localisant, d'ancrer la proposition, c'est-à-dire de la rendre concrète. L'incendie qui dévaste en partie le plateau en 1968 contraint à des déplacements : d'un lieu paradisiaque le site devient un acteur à protéger. Cette fragilité précipitera l'engagement de l'État et vaudra à la proposition son plus grand soutien par l'octroi d'une Déclaration d'Intérêt Public²¹. La proposition devra se déplacer en intégrant comme priorité la préservation des espaces naturels. Petite

cause, grands effets, une technopole se définit depuis, en partie, par la qualité et le traitement de son environnement naturel (au pire de ses espaces verts).

- 34 Le recrutement réussi de chaque acteur humain apporte aussi son lot d'influences. L'adhésion au projet consiste à s'adjoindre tout à la fois l'ensemble des compétences mais également des contraintes incorporées de chaque acteur humain.
- 35 Pour leur part, les stratégies discursives que développent les acteurs humains visent à exercer une influence. Les énoncés de la proposition, les récits et les descriptions prennent place dans des stratégies d'influence. À la différence des influences de type mécanique, les stratégies d'influence relèvent d'un programme, d'un acte volontaire et délibéré.
- 36 Les stratégies d'influence visent à :
- 37 – recruter
 - 38 – lancer le projet
 - 39 – incliner, et à cadrer les interventions
 - 40 – donner une interprétation de la réalisation, un sens à l'artefact
 - 41 – contrôler, peser sur ce qui est fait
 - 42 – se faire attribuer la paternité du projet ou la responsabilité du succès de la réalisation.
- 43 Nous nous intéresserons ici non pas aux mécanismes constitutifs des stratégies d'influence mais à leur résultat pour le moins contrasté. Certes l'histoire de Sophia Antipolis recèle des illustrations de stratégies d'influence réussies : différents membres du parti d'industrialisation exerceront une influence forte sur la CCI pour l'amener à prendre en charge la maîtrise d'œuvre de l'opération²². Le centre informatique national d'Air France, hostile à son implantation sophilopolitaine, conditionnera sa venue à des aménagements particuliers et coûteux, à des entorses à la charte du Parc²³. Pierre Laffitte lançant les travaux de viabilisation avant d'avoir obtenu l'arrêté préfectoral de réalisation de la ZAC, proclamant haut et fort que la commercialisation de Sophia est un succès alors que les options d'achat tardent à se confirmer, multipliant les cérémonies d'inauguration (en présence de ministres), menant une campagne d'autopromotion médiatique, développe une stratégie d'influence multidirectionnelle efficace. Non seulement ses initiatives les plus risquées obtiennent le droit de se concrétiser et Sophia sort de terre, mais plus encore il parvient à associer définitivement son nom, son intervention et son projet à Sophia Antipolis et au « concept » technopole.
- 44 Mais plus longue encore est la liste des stratégies d'influence sans effet : la Chambre d'Agriculture a eu beau multiplier les dossiers, la technopole n'est pas un conservatoire de l'agriculture locale²⁴. Les pressions eurent beau s'exercer, les services sanitaires bloquèrent le lancement du Parc d'Activité de Valbonne tant qu'une station d'épuration digne de ce nom ne fut pas programmée. Pierre Laffitte eut beau organiser des concerts dans la garrigue, créer une fondation pour l'animation culturelle, obtenir de la presse la relation exhaustive des manifestations du site, Sophia n'est toujours pas devenue un haut lieu de culture. Plus grave encore : des laboratoires furent délocalisés, des sociétés transférèrent leurs centres de recherches, des clubs furent lancés, Pierre Laffitte comme les aménageurs proclamèrent de manière récurrente la vocation de mise en contact et de « fertilisation croisée »²⁵ de Sophia, la technopole ne peut présenter de résultats significatifs et ne convainc pas sur sa capacité à autoriser la coopération.
- 45 Comment rendre raison de ce succès relatif et limité ?

- 46 On avancera plusieurs arguments. Tout d'abord, les innombrables acteurs de Sophia ne sont pas les uns les autres dans une relation de sujétion nette. Bien au contraire leur présence nécessaire et incontournable tient dans leur statut d'expert qui leur garantit une marge de manœuvre importante. Cette liberté les met à l'abri des stratégies d'influence et leur autonomie les préserve.
- 47 On dira ensuite que le recrutement a trop bien marché. Il a conduit les acteurs à si bien s'approprier le projet qu'ils en s'en sentent tous les auteurs, légitimes et uniques. Ils offrent ainsi une résistance à l'influence que les autres tentent d'imposer et à laquelle ils opposent une certaine inertie. Enfin, le statut d'innovation autorisent chaque acteur à développer une représentation imaginaire du projet qui opère, au démarrage comme un facteur de recrutement. Durant toute l'opération, chaque influence, chaque stratégie d'influence sera évaluée en fonction de sa compatibilité à résonner avec cette représentation préalable. On rejoint ici la croyance. La force de l'engagement des acteurs se fonde sur les étages de croyance²⁶ dont la traduction n'est que le niveau supérieur et explicite. La performance de la proposition, les modalités de l'engagement et de l'action se tiennent au niveau implicite des interactions discursives, à un niveau si enfoui que les stratégies d'influences parviennent rarement et involontairement à activer tant leur alchimie se dérobe à une manipulation.
- 48 On conclura cette section en observant le foisonnement des influences et des stratégies d'influence qui se croisent, se rencontrent, se combinent et se heurtent. Si on peut identifier des déplacements (inductions) il est difficile d'inférer ceux-ci à une cause. L'induction est le résultat aléatoire et toujours en partie imprévisible de contraintes indépassables et de stratégies à l'issue improbable.
- 49 Sophia Antipolis est le produit d'inductions mixtes. Son lancement et sa réalisation procèdent par inductions, successives, complémentaires et contradictoires dont l'agencement est instable et dont le résultat est inassignable.
- 50 Il apparaît ainsi que l'on ne peut réduire l'influence aux stratégies d'influence. Pas plus qu'il nous semble possible de rabattre l'induction sur l'influence. Si chaque acteur est pris dans d'inextricables influences, il n'est pas seulement le jouet de ces tensions. Sophia Antipolis a consisté pour eux, d'abord, à faire ce qu'ils avaient à faire : décider, orienter, soutenir pour les politiques, instruire, contrôler pour les administrations, décrire, dessiner, organiser, pour les aménageurs, travailler dans un cadre enfin à leur mesure, dans un environnement intellectuellement stimulant pour les chercheurs. On dira qu'influence et stratégies d'influence (qui ne sont qu'une sorte d'influence) participent à l'induction.

Conclusion

- 51 L'enquête ethno-historique engagée pour rendre compte de l'innovation technopole nous a conduits, face à la complexité des interactions qui s'établissent, à adopter un mode de représentation qui met à jour des phénomènes discursifs. Nous avons proposé ici d'une part, une méthode pour l'identification de ces phénomènes, et des acteurs qui y participent. D'autre part nous avons mis en évidence le rôle des interactions discursives dans les déplacements (indices de l'induction). Enfin nous avons proposé d'opérer une distinction dans la notion d'influence qui permet de replacer les stratégies discursives d'influence dans la dynamique des multiples influences qui s'effectuent, qui agitent le

réseau et participent du succès de l'innovation (sa réalisation). Après avoir décrit les stratégies d'influence et avoir mesuré leurs résultats, l'induction apparaît comme un phénomène multiple au résultat négocié, aléatoire, contingent. Le résultat de l'innovation technopole qu'est SA est furieusement accidentel même si on peut attester de la volonté de contrôle et de maîtrise des acteurs humains.

- 52 On peut trouver frustrant ces résultats. Ils ont le mérite, en ouvrant le champ d'intervention aux acteurs non humains, en élargissant la notion d'interaction au delà du discours, de ne pas nous laisser fasciner par les stratégies d'influence que constituent les reconstitutions linéarisantes que les acteurs humains, pris dans des stratégies d'attribution en paternité, élaborent et dont l'onde peut être, parfois, nous atteint et nous contaminent.

NOTES

1. La construction imaginaire d'une technopole : l'exemple de Sophia Anapolis, Doctorat sous la Direction de Daniel Bougnoux, Grenoble 1996
2. Une technopole est un projet social, décliné spatialement, à partir de financements publics et privés, destiné à rassembler géographiquement des activités industrielles, de recherche et de formation et qui vise à offrir un cadre favorable aux contacts, permettant rétablissement d'une synergie (à solde toujours positif) entre les trois composantes
3. Cf. La construction imaginaire d'une technopole : l'exemple de Sophia Antipolis, doctorat soutenu à Grenoble ID en Janvier 1996.
4. Pour un développement de ce point cf. Sylvie Bourdin, Communication inter-organisations : le rive technopole à l'épreuve du réel. Communication aux journées d'études de Rennes, Juin 1996, à paraître aux PUR.
5. Il s'agit d'un article signé Pierre Laffitte. Ingénieur des Mines, paru dans le quotidien Le Monde et daté de 1960. Les premiers travaux débutent en 1971.
6. Cf. Bruno Latour, La science en action, La découverte. Paris. 1989. p. 219 à 220.
7. « ...un ensemble complexe à processus muludimensionnels, interactifs, sans polarité prédictible... »
8. Cf. *Naissance d'une ville ?* Sophia Anapolis, opuscule de 13 pages publié dans Corps écrit, n° 29, Mars 1989, PUF
9. Urbanisation éparse, disparate, créant un paysage dit mite dans lequel les constructions tachent ou trouent les zones vertes. Le milage est coûteux puisqu'il conduit la collectivité à viabiliser et équiper une zone éloignée pour une seule opération immobilière et aboutit à terme, à faire passer l'ensemble de la zone vierge en zone constructible.
10. D'urbanisme, sanitaire, administrative
11. Nous reprenons ici le réquisitoire développé par Pierre Lévy. in *Les technologies de l'intelligence*. La réduction de la communication a un émetteur, un récepteur, l'existence d'un message établi, fixé qu'il ne s'agit que de transmettre, la réduction a du bruit de l'ensemble des autres facteurs qui cependant co-construisent le message, participent pleinement de la communication.
12. On nommait ainsi les différents individus qui militaient pour la diversification et le développement des activités économiques dans le département. Regroupés dans le cadre de

Comités, soutenus par les différents préfets, ils furent longtemps minoritaires au sein de l'assemblée départementale où ils comptaient parmi leurs membres, le président.

13. . Ce revirement radical s'effectua progressivement et on peut également en reconstituer la trajectoire Dès 1961 il venait en mission de reconnaissance sur la cote d'Azur pour envisager la délocalisation du Bureau de Recherches Géologiques et Minières, laboratoire dont il était le patron, premier signe d'une modification de sa position. En 1965 il proposait dans un article de Nice Matin une solution pour une industrialisation propre du département par le développement des activités de recherche dans les domaines de compétences et de spécialité de la région : hôtellerie, tourisme. On y voit une nouvelle étape dans son cheminement.

14. 1972 et 1974

15. Au sens d'amener vers

16. . Nous reprenons ici largement les développements de Bruno Latour. *La science en action*, op.cit. supra, p. 172 à 194.

17. . L'expression marcottage est empruntée à l'horticulture Pour une analyse plus développée de cette traduction cf. *La construction imaginaire d'une technopole*, op. cit. supra.

18. Cf *La construction imaginaire d'une technopole*, op. cit. supra, seconde partie, chapitre 3.

19. Armines créée par Pierre Laffitte afin de permettre à l'école des Mines de passer des contrats de recherche appliquée avec les entreprises.

20. Les deux opérations seront rassemblées en 1974

21. CIAT de 1974

22. . La CCI malgré son soutien de principe à l'opération était très réticente car venait d'être mis a jour les insuffisances de sa gestion d'une zone industrielle locale (Carros).

23. . Eux seuls ont obtenu le droit de clôturer leur parcelle, de situer le bâtiment au sommet de la crête et de dépasser la hauteur autorisée

24. 24. le dossier agricole occupera le centre des débats des instances décisionnelles de SA, pendant plusieurs années. Les alliés obtinrent la création d'une ZAC agricole dont le seul vestige aujourd'hui est l'implantation de l'INRA

25. . Synergie de la recherche, l'enseignement et l'industrie

26. Cf Régis Debray. *Cours de Médiologie générale*, Gallimard. Paris. 1991. La étages de croyances, p. 185 et alii

AUTEUR

SYLVIE BOURDIN

Université de Toulon et du Var IUT Département Services et réseaux de communication