

Les
Cahiers
Recherche **et** Innovation
dans les
FOIRES SALONS CONGRÈS

2019

JUILLET

GRAND ENTRETIEN RECHERCHE

Avec André TORRE, socio-économiste,
Les Proximités Géographiques Temporaires

Attention semences : les Foires, Salons,
Congrès font pousser notre temps !

Knowledge management et start ups : deux
bonnes raisons de mettre les Foires, Salons
et Congrès au cœur des entreprises

Cris, démonstrations et théâtre, initiation
aux voix fiéristiques

Numéro

5

Proximités

NUNDINO
TOPIA

Sommaire

- | **GRAND**
ENTRETIEN RECHERCHE avec
André TORRE, socio-
économiste, Les Proximités
Géographiques Temporaires,
p. 3

- | **Knowledge Management et**
Start ups : deux bonnes
raisons de mettre les Foires,
Salons et Congrès au cœur
des entreprises, p.13

- | **Attention semences : les**
Foires, Salons, Congrès font
pousser notre temps ! p. 20

- | **Cris, démonstrations et**
théâtre, initiation aux voix
fiéristiques, p.28

Se rapprocher encore plus des Foires, Salons, Congrès et voir leurs grains

Disons quelque chose de simple : les Foires, Salons, Congrès (FSC) rapprochent, quelques jours, les femmes et hommes souvent de provenances lointaines, et de manière répétée : « See You There », « See You Next Time » se diront-ils. Les FSC créent des proximités décisives à l'échelle de la Planète : le savons-nous assez ?

Alors le foyer de ce N°5 ne pouvait être qu'une interview avec André TORRE, socio-économiste, Directeur de Recherche à l'INRA AGRO PARISTECH, reconnu notamment pour ses travaux sur l'économie des proximités et en particulier sur ce qu'il appelle les Proximités Géographiques Temporaires. Les FSC font partie, selon lui, de ce type de proximité. Quelle nouvelle ! Voilà qu'au cœur de la théorie économique de notre siècle un concept peut servir de véhicule fiéristique. Combien devons-nous remercier André TORRE d'avoir accepté de nous présenter ses recherches et cela sans hésiter une seconde. Nous sommes ravis de pouvoir aujourd'hui en faciliter l'accès aux professionnels de l'évènement qui y trouveront sûrement des « proximités » avec leurs propres conversations et des repères pour penser leur stratégie.

Ces puissances de proximité restent pourtant bien insuffisamment connues, nous nous en rendons compte en découvrant quelques travaux sur le Knowledge Management, dont les process pourraient si facilement se référer aux Foires, Salons et Congrès et pourtant le font si peu. Se tient encore toujours debout ce mystère de l'invisibilité des FSC. Nous nous y confronterons encore en éprouvant combien les FSC forment un monde minuscule, un clignotement éphémère sur un point équivalent à une ville pas plus grande que Marseille : devient alors préférable, plutôt que de mesurer les surfaces, de saisir combien les FSC valent en large part par leur essaimage planétaire comme des graines aux grandes puissances germinatives.

Enfin les proximités nous conduisent à prêter attention aux voix sur les Foires et Salons. Avant leur forme essentielle et majeure de conversation, elles sont cris, foirondaines démonstratives ou théâtre. Cela suffit pour dire qu'au plus proche du proche, c'est la voix des femmes et des hommes qui rend possible les grands voyages.

Marc HALPERT

LES CAHIERS RECHERCHE ET INNOVATION DANS LES FOIRES SALONS CONGRES sont édités par l'Association NUNDINOTOPIA | fondateurs : Marc Halpert, Henri Auillans

Adresse de l'association : 333, avenue d'Arès, maison 2, 33200 Bordeaux Tél : 06 41 54 05 21, internet : www.nundinotopia.com, Email : marc.halpert@outlook.com

Rédaction-Diffusion : 06 41 54 05 21 | Directeur de publication : Marc Halpert | Directeur de la rédaction : Marc Halpert | n°5 | JUILLET 2019 | ISSN 2607-2750 | Prix : gratuit | Format : accessible sous format pdf sur www.nundinotopia.com | Conception-Réalisation : Marc Halpert | crédits images : Marc Halpert, André Torre



ENTRETIEN

avec **André TORRE**

Socio-économiste, Directeur de Recherche à l'INRA AGRO PARISTECH

André Torre, à l'aide de son concept de « Proximité Géographique Temporaire », donne une place aux Foires, Salons et Congrès dans les théories économiques actuelles. Son travail est peu connu par les professionnels de l'évènement. Ils pourraient utiliser pourtant ses travaux pour penser plus précisément leur rôle dans le développement de l'innovation des entreprises, celui des territoires et même celui de la Recherche. André Torre est finalement d'autant plus proche des professionnels qu'il est lui-même organisateur d'un congrès scientifique international de près de 1000 personnes.

I. A la découverte des recherches sur les proximités...

Les Cahiers : Comment peut-on décrire l'ensemble de vos recherches ?

Depuis une trentaine d'années, je suis un économiste et en particulier, on pourrait dire aujourd'hui, un socio-économiste, même si j'ai été dans ma jeunesse économiste formalisateur. Je suis plutôt quelqu'un qui s'intéresse à l'économie, mais de manière large, c'est-à-dire, à la frontière avec des disciplines comme la sociologie et la géographie.

Je m'intéresse à tous les phénomènes qui ont à voir avec les questions d'espace, de territoire, avec des champs d'actions plus particuliers, à l'intérieur de ce qu'on appelle la science régionale.

Qu'est-ce que la science régionale ?

C'est un terme un peu connoté, qui date des années 1950-1960. C'est tout ce qui concerne les dimensions territoire et espace.

Au début, je me suis surtout intéressé à la question des entreprises, des firmes, parce que je viens de l'économie industrielle. J'ai regardé comment les firmes fonctionnaient entre elles, quel intérêt il y avait pour les firmes d'être les unes à côté des autres, en particulier en relation

avec les questions de clusters, de technopôles, de pôles de compétitivité, etc...

Ensuite, je me suis intéressé au lien entre l'innovation et le local : à quel point il importe, pour innover, de ne pas être trop éloignés les uns des autres ; quelle était l'importance de la distance, de la proximité.

Et plus tard, à partir de la fin du XXème siècle, début des années 2000, j'ai commencé à travailler sur les questions de conflits, en particulier toutes les problématiques de conflits dans les territoires, conflits de voisinage liés aux pollutions, à l'étalement urbain, à l'installation de nouvelles infrastructures. Il s'agit encore d'une dimension très territoriale, très locale.

Et puis dernièrement, dernière thématique, je travaille sur le développement territorial. Cela couvre un peu toutes les autres choses finalement : comment est-ce qu'on peut faire pour développer les territoires, sur quelles bases de production, sur quelles bases de gouvernance du territoire, sur quelles bases d'innovation on doit compter pour faire du développement de territoire ?

A travers toutes ces thématiques, reviennent régulièrement les approches de la proximité. Depuis plus de 25 ans, je travaille, et d'autres avec moi,

sur les différentes formes de proximités et le rôle qu'elles jouent dans les relations économiques et sociales. Voilà mon parcours.

Quelles sont les différentes dimensions des proximités ?

Quand nous avons commencé à travailler sur les proximités, moi et puis d'autres, nous étions un petit groupe de six personnes, des économistes. Nous nous sommes dit qu'il fallait réfléchir à des phénomènes que nous ne comprenions pas, en particulier les phénomènes de technopôles, de clusters : pourquoi ça existait ? Pourquoi y avait-il une vertu à mettre des entreprises les unes à côté des autres ? Cela produisait de l'innovation, avec parfois des choses très bonnes, comme la

Silicon Valley ou Sophia Antipolis, - à l'époque je travaillais à Sophia Antipolis -. Et en même temps pourquoi cela ne réussissait-il pas toujours ? Il fallait trouver une explication à cela. On se bornait à l'époque à décrire de manière un peu magique : mettre des choses les unes à côté des autres suffirait. Souvent les politiques publiques suivaient cette manière, et elles n'ont pas beaucoup changé. Assez rapidement s'est imposée l'idée qu'il fallait une conjonction de deux types de proximités.

D'un côté, il fallait de la proximité géographique, c'est-à-dire simplement le fait d'une distance faible entre deux personnes, deux entreprises, deux laboratoires, etc. Mais cela ne suffit pas : par exemple, quand je dois aller à Paris-Saclay, pour m'occuper de la Maison des Sciences de l'Homme que je dirige, de chez moi, je mets deux heures et quart. Et quand je dois aller à Lille, je mets une heure et quart, une heure et demie. Pourtant la Maison des Sciences de l'Homme est tout près, à 20 km, et Lille est beaucoup plus loin. Mais un TGV m'amène à Lille alors que pour aller à Saclay, je prends un tramway, puis un métro, puis un RER, et après encore un bus, donc c'est très long. En

revanche les coûts sont différents : quand je vais à Saclay, cela ne me coûte rien parce que j'ai un abonnement, et quand je vais à Lille

me coûte 200 €. Donc la proximité géographique n'est pas seulement une question de distance. Il lui faut également des composantes sociales, socio-économiques : est-ce qu'il y a une route entre deux endroits, une voie de chemin de fer, et combien ça coûte de l'un à l'autre ?

D'un autre côté, nous nous sommes vite aperçus que la proximité géographique ne suffisait pas. Quand on regarde les tentatives de créer des technopôles, dans les années 90, des clusters, des pôles de compétitivité, de mettre des entreprises et des laboratoires au même endroit, ça marche une fois sur cinq. Souvent ça échoue. Pourquoi ? Ce n'est pas parce qu'on se met à côté, que l'on fait des

« Nous nous sommes vite aperçus que la proximité géographique ne suffisait pas. Quand on regarde les tentatives de créer des technopôles, dans les années 1990, des clusters, des pôles de compétitivité, de mettre des entreprises et des laboratoires au même endroit, ça marche une fois sur cinq. »

beaux mariages, qu'il se passe des choses. Il y a autre chose : importe un autre type de proximité, non spatiale, non géographique, qu'on appelle la proximité organisée.

Qu'est-ce que cette la proximité organisée ?

Ce sont entre les personnes des liens non obligatoirement spatiaux ou géographiques. Par exemple, quand je dis que je me sens proche de quelqu'un, cela ne veut pas obligatoirement dire que j'habite dans la même pièce que lui. Cela peut vouloir dire, par exemple, que je me sens proche de ses idées ou affectivement. Quand on parle de ses proches, de sa famille et autre, cela ne signifie pas ceux qui vivent dans le même appartement que soi. Ils peuvent être à des milliers de kilomètres.

Cet autre type de proximité, la proximité organisée, est fondée sur deux dimensions. La

première est une dimension d'interactions, de réseau, avec les gens avec qui on travaille, on communique. On partage des interactions de différents types, cela peut être proche ou à distance. Par exemple, mes collègues scientifiques qui étudient les mêmes sujets que moi, qui sont en France, à l'étranger, etc : j'échange sur plein de sujets avec eux. La deuxième est une dimension de partage des valeurs, par exemple, entre des gens qui ont la même culture, les mêmes origines, la même religion, des choses comme cela. Là je partage des valeurs, même si je ne les ai jamais vus, même si je ne les connais pas. Je vais me retrouver facilement en communion avec eux parce que nous avons des valeurs communes. Par exemple, je suis Corse et quand je rencontre d'autres Corses, nous faisons partie d'une diaspora, quelque chose qui nous lie et qui facilite le premier contact. Après on peut bien ne pas s'entendre, mais au début, cela facilite le premier contact.

Il y a donc deux types de proximités : géographique et organisée, et la conjonction des deux fait le succès de certaines zones comme les clusters, les technopoles, la Silicon Valley, Sophia Antipolis et autres. Mais elles ne sont pas toujours là en même temps. Et elles peuvent exister indépendamment.

Imaginons un quartier dans lequel les gens se sentent bien, ils sont dans un espace resserré, ils partagent des valeurs, ils interagissent, etc... et les deux types de proximités sont réunies. Mais l'une peut fonctionner sans l'autre. Vous pouvez avoir des gens qui sont au même endroit mais qui n'ont pas d'interactions entre eux. Je donne toujours l'exemple de mon voisin du dessus : il est dans la même salle-à-manger que moi, à 2,5 m au-dessus de moi, mais je ne

« Il y a donc deux types de proximité : géographique et organisée, et la conjonction des deux fait le succès de certaines zones comme les clusters, les technopoles, la Silicon Valley, Sophia Antipolis et autres. Mais elles ne sont pas toujours là en même temps. Et elles peuvent exister indépendamment. »

le rencontre que trois fois par an dans l'ascenseur. Donc nous sommes proches

géographiquement, mais rien d'autre. Pour la proximité organisée, cela peut être aussi vrai, on peut avoir des gens qui sont à des grandes distances, dans des réseaux de connaissances, d'acteurs, qui ne sont pas du tout localisés au même endroit, et qui travaillent très bien ensemble.

II. Vers les Proximités Géographiques Temporaires

Venons-en, si vous voulez bien, parmi ces proximités organisées, à celles que vous avez nommées les Proximités Géographiques Temporaires (PGT)

Dans les années 2000, une journaliste scientifique, Frances Cairncross, écrit un livre intitulé « la mort de la distance »¹ : elle affirme

¹ CAIRNCROSS France, The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives, Orion Business Book, 1997

que maintenant on n'a plus besoin d'espace, on n'a plus besoin de la géographie, c'est la mort de la distance, tout peut se faire finalement à distance avec le développement des Technologie d'Information et de Communication (TIC), on n'a plus besoin d'aller voir les gens, on aura du télétravail, des réseaux sociaux (NDR : digitaux), des pratiques à distances, etc... Et nous, dans le groupe Proximités, et d'autres parallèlement, comme Harald Bathelt au Canada, comme Marcela Ramirez-Pasillas² en Finlande, nous avons commencé à travailler sur ces communautés de pratiques à distance. Nous nous sommes aperçus qu'à un moment donné, les gens avaient besoin de se rencontrer, même si, une grosse partie de leur temps, le travail se faisait à distance par la proximité organisée.

Airbus est un très bon exemple. Quand Airbus fait un avion, le moteur est fabriqué en Angleterre, les ailes en Allemagne, la carlingue aux Pays-Bas et en Espagne, et puis tout cela est assemblé à Toulouse. Les ingénieurs vont travailler à distance. Ils échangent par des mails, des réseaux sociaux, des bases de données dédiées, mais ils ont besoin de se voir. Quand ? D'abord, au début du projet ils ont besoin de se voir pour se mettre d'accord sur certains protocoles, les techniques, et aussi pour se connaître et se faire confiance. Et Airbus construit des hubs, des lieux provisoires dans lesquels sont rassemblés, au début du projet, les principaux protagonistes pendant un mois, deux mois, trois mois : ils échangent entre eux, et une fois qu'ils sont bien d'accord, ils se séparent et peuvent travailler de leur côté.

Ils ont également besoin de se voir une ou deux fois par an. Dans tout projet de ce type-là, des rencontres temporaires sont prévues pour rediscuter des points chauds mais également pour réassurer leur confiance. Les gens ont besoin de boire des verres ensemble, de manger ensemble, de se taper sur le ventre et

sur le dos, de passer un moment ensemble pour relier des choses.

Et c'est enfin encore le cas pour les gros conflits, - les petits conflits peuvent se résoudre à distance - : tout le monde se rassemble, au moins une partie des gens : les gros conflits se règlent en face à face. Cela signifie qu'à certains moments, on a besoin de la proximité géographique. De là provient la thématique, le concept, de Proximité Géographique Temporaire.

« Dans tout projet de ce type-là, des rencontres temporaires sont prévues pour rediscuter des points chauds mais également pour réassurer leur confiance. »

Cairncross a donc en partie tort. L'espace continue à compter même dans ce type de projets, mais il ne compte plus de la même manière, il n'a plus la puissance qu'il avait avant. Il est toujours extrêmement important, mais sa prégnance se transforme. C'est cela la proximité géographique temporaire. C'est aussi ce que j'ai vu, moi, dans les congrès, sur les projets de recherche européens.

III. La place des Foires, Salons, Congrès dans la Recherche

Vous avez été l'un des rares à citer, à mettre dans vos textes le mot « salons », en fait « trade fairs », vous êtes l'un des rares à le faire.

Harald Bathelt a su le faire, avec son doctorant. Mais c'est tout, et nous ne devons pas être très nombreux, trois ou quatre peut-être.

C'est très important. Quand on lit Braudel sur les échanges marchands au 15^{ème} siècle, les foires sont très importantes. Aujourd'hui, quand on fait de l'économie, les foires comptent moins, en tout cas, on n'en parle pas, et alors qu'il n'y a jamais eu autant de foires et salons qu'en ce

² RAMÍREZ-PASILLAS, M. (2010). *International trade fairs as amplifiers of permanent and temporary proximities in clusters* Entrepreneurship and Regional Development, 22(2), 155-187.
RAMÍREZ-PASILLAS, M. (2008). *Resituating Proximity and Knowledge Cross-fertilization in Clusters by Means of*

International Trade Fairs European Planning Studies, 16(5), 643-663.

moment, qu'ils n'arrêtent pas de se développer. Les Chinois sont en train de construire les plus grands parcs du monde, devant les Allemands et on n'a jamais fait autant de congrès, ...

Braudel parlait des foires, mais l'analyse de Braudel a été ramenée, dans le monde dans lequel je vis en tout cas, à celle des villes. Ce qui est devenu important, c'est la ville, la ville-foire. On finit par oublier cet aspect des foires proprement dit pour garder celui des villes comme endroits où on faisait des échanges, des interactions, etc. La dimension de la foire a été largement oubliée, ou alors elle apparaît comme anecdotique.

Quand j'ai commencé à travailler, cette dimension de la proximité géographique temporaire m'est apparue importante. J'ai commencé à réfléchir à différents exemples, dont un que je connais bien, celui des congrès scientifiques.

Que se passe-t-il dans les congrès scientifiques ? C'est un peu comme dans les foires, comme quand je vais aller à la Porte de Versailles, pour le Salon de l'Agriculture. Dans quel but fait-on des congrès scientifiques ? Pour que les gens se rencontrent scientifiquement, certes, mais il n'y a pas que cela. Apparaît une deuxième dimension, celle des appels d'offre, des grands projets, de l'Agence Nationale de la Recherche (ANR), de l'Europe, où finalement on fonctionne comme Airbus : au début on se voit tous ensemble, on définit ce qu'on va faire, le protocole, et après on se voit chaque année, le reste du temps, on communique à distance.

Finalement, deux grandes familles de projets peuvent se distinguer : celle des projets qui se développent et où on n'a pas besoin de se voir et celle des projets pour lesquels les communautés ont besoin de se voir à des moments réguliers. C'est dans cette dernière qu'apparaissent les foires et salons ou les congrès.

Mais c'est également là que l'on peut classer certaines pratiques des parcs thématiques. J'avais été frappé de lire que dans les parcs Disney, les communautés, comme la

communauté libanaise ou autre, se donnaient rendez-vous pour se marier et se retrouver. Les communautés, les diasporas, les gens qui sont un peu partout, se retrouvent au même endroit, puis après ils repartent. Pourquoi les gens vont-ils dans les parcs Disney pour se marier ?

Les gens ne vont pas seulement regarder Mickey, ils vont aussi faire autre chose, ils profitent de ce qu'Harald Bathelt appellerait un Cluster temporaire, ils profitent de ces lieux. Ces lieux ont des fonctions propres, et les gens les utilisent pour faire plein d'autres choses.

C'est pareil pour les congrès. Je suis Président de l'European Regional Science Association³ et tous les ans nous avons un congrès. Cette année, il sera à Lyon, il est rarement en France. Environ un millier de scientifiques y viennent. Bien sûr ils présentent leur papier, mais ce n'est pas tellement pour cela qu'ils sont là pendant la semaine du congrès, mais pour faire plein d'autres choses ensemble. Ils profitent de cette occasion. Et nous, nous leur offrons l'occasion de ce hub, comme un salon, une foire sont des hubs qui offrent différents types de possibilités.

Comment se fait-il justement que les foires, salons et congrès suscitent si peu l'attention des chercheurs, alors qu'ils sont si importants pour la science. Les scientifiques ont besoin de se rencontrer, les entreprises aussi, il n'y a pas un domaine d'activité humaine qui ne soit pas l'objet d'un salon ou d'un congrès. Donc comment se fait-il qu'il y ait autant de foires, salons et congrès, qu'ils soient si importants dans chacune des communautés, des diasporas, des réseaux humains et pourtant que cela n'intéresse que très peu de chercheurs ?

Je n'ai pas vraiment de réponse. J'ai une hypothèse. Si je prends mes propres travaux : ceux sur les proximités organisées et les proximités géographiques organisées ont eu un fort retentissement, et ils l'ont toujours, par contre ceux sur la proximité géographique temporaire, et je continue à travailler dessus, ont eu un retentissement bien moindre, qui reflète exactement ce que vous dites. Les

³<https://ersa.org/> et l'adresse du congrès qui a lieu à Lyon en 2019, du 27 au 30 août, sur le Campus de l'Université de Lyon : <https://ersa.eventsair.com/59th-ersa-congress-lyon-27-30->

[august-2019/](#). Le thème est : "Cities, regions and digital transformations: Opportunities, risks and challenges". 850 participants sont annoncés.

chercheurs se sont emparés du sujet de manière beaucoup plus modeste.

Mon hypothèse est que ces échanges sont jugés moins nobles. N'apparaît pas la noblesse de la production d'un bien qui va se construire le long d'une chaîne de production, ou alors de celle d'un savoir, d'une connaissance qui est élaborée, co-construite. Et on ne va pas dire que l'on vient dans un salon pour co-construire une connaissance, il n'y a pas le temps.

Donc ces types d'échanges sont jugés moins nobles, moins intéressants que des productions de biens et ou de connaissance, auxquelles on peut associer son nom.

J'entends bien cette hiérarchie, en même temps les FSC ont regagné une espèce de modernité, parce qu'on n'a jamais parlé autant des réseaux sociaux. Deux jeunes sociologues français se sont d'ailleurs intéressés au sujet, Guillaume Favre et Julien Brailly⁴. Mais ils sont rares. Et puis en même temps, en économie, on n'a jamais autant parlé des plateformes, les fameux two-sided markets, et les Foires et Salons sont aussi des plateformes bifaces. Même Jean Tirole dans ses articles sur le sujet en parle à peine. Donc malgré ses deux incises sur deux champs qui ont le vent en poupe, les réseaux sociaux et les plateformes, et bien toujours là, ça ne passe pas ?

Parce que ce n'est pas considéré comme un sujet lettré. Il y a un côté mercantile, très quotidien. Je le vois assez bien. Dans un tout autre domaine, l'économie agricole, le phénomène est semblable. Il est très peu considéré par les économistes. C'est toujours plus glorieux de travailler sur une entreprise qui produit même de l'acier ou des voitures que sur une entreprise qui produit du grain, du blé ou des légumes. Un économiste qui veut avoir pignon sur rue ne travaillera jamais sur l'économie agricole. Les Foires et salons, c'est un peu la même chose, ce n'est pas très noble, ça a un petit côté grouillant, un peu le souk.

En revanche on parle un petit peu plus des expos universelles ...

Oui, c'est vrai

Surtout les historiens et quelques géographes...

Existent quand même chez les économistes des travaux sur l'impact des expos universelles, un peu comme sur les JO. Est-ce qu'elles ont coûté très cher, leurs rendements, le fait qu'elles ont endetté durablement les villes qui les ont tenues, des choses comme cela.

Si on se concentre sur les congrès, les historiens de la culture savent raconter les combats de positionnement de nations sur la scène scientifique internationale à travers les congrès, comment telles disciplines, de paléontologie, de statistique ou autre se sont constituées lors de congrès, mais quand on lit un rapport sur la stratégie de recherche ou sur l'état de la recherche ou la structuration de l'innovation d'un pays, on ne verra pas une ligne sur les congrès ou alors éventuellement une petite parenthèse sur le fait qu'ils peuvent servir éventuellement pour le pilotage de la stratégie ou sur la communication. Comment cela se fait-il que les chercheurs s'intéressent très peu à l'outil congrès qui est pourtant essentiel à la structuration de leur pouvoir et de leur propre recherche, de leur propre communauté ? Cédric Villani dans son livre « Théorème vivant »⁵ dit combien les discussions dans les couloirs de congrès ou d'université ou les échanges de mails, l'ont aidé dans sa créativité pour ses recherches, David Lodge avec « a small world »⁶ parle un peu de cet univers-là, un des rares livres sur le sujet. Par exemple la France, si elle mettait dans sa stratégie de recherche, des lignes plus intégrées sur le rôle des congrès dans sa stratégie, peut-être aurait-elle une stratégie plus performante à l'échelle internationale, pareil pour l'Europe.

Je ne sais pas pourquoi. En revanche, je constate que quand on parle des congrès, c'est toujours en termes de communication, il faut aller communiquer ses recherches dans un congrès.

Il est assez révélateur que nous ne soyons pas financés pour aller discuter dans un congrès. Cela n'existe plus de nos jours. Quand j'étais

⁴ Voir les Cahiers N°3

⁵ VILLANI Cédric, Théorème Vivant, 2012, Edi Grasset & Fasquelle

⁶ LODGE David, A small world, Vintage 2011 (1ère édition en 1984)

plus jeune, on pouvait dire, je vais à tel endroit parce qu'il y a un congrès très intéressant et je vais aller écouter, m'instruire. Maintenant ce n'est plus admis, donc on ne vous financera pas. Il y a eu un changement, il faut absolument aller diffuser vos résultats, mais on ne considère pas la dimension apprentissage ou collecte d'informations.

Aujourd'hui, dans le congrès, on va aller communiquer nos recherches, dans une logique du ranking, et d'excellence : si c'est un congrès de haut niveau, c'est bien ; ou si on est sélectionné dans une section spéciale dans laquelle un rapporteur va avoir lu son papier, quelqu'un l'aura discuté, au-delà de la simple audience qui va écouter.

Cette dimension-là elle est très valorisée, en revanche ce qui se passe dans les couloirs n'est jamais valorisé, n'est jamais intégré. Il n'est pas possible de dire dans un rapport de recherche que je suis allé à quinze conférences sur le sujet qui m'intéressait. On va me dire que j'aurais mieux fait de rester dans mon labo pour travailler. Même si je l'avais fait, ce ne serait surtout pas une chose à dire. Et donc ce n'est absolument pas valorisé, même si de facto les chercheurs expérimentés savent bien qu'ils ont besoin de cette dimension, que beaucoup de choses se passent dans les couloirs. Les jeunes chercheurs le savent aussi parce que finalement c'est aussi pour eux une manière de se faire connaître et de connaître les chercheurs expérimentés, d'arriver à les accrocher, de parler avec eux, de rentrer dans leur monde, et là c'est le truc à la Lodge, de rentrer dans leur petit milieu.

Il est aussi bien identifié que, autour de tel congrès, des communautés, à un certain moment, se sont constituées ou a émergé telle idée. Il existe des récits autour de cela, qui concernent la constitution d'un paradigme. Même nous, le groupe Proximité⁷, nous identifions bien, quand nous racontons notre histoire, des moments cruciaux, des

congrès qui nous ont permis d'exister, dans lesquels les gens qui s'intéressaient à notre sujet venaient : nous maîtrisions ce champ et nous le faisons nôtre. L'analyse paradigmatique dans les termes de Kuhn, de Lakatos, sur les manières de constituer un paradigme, une science normale, en se faisant des alliés, en définissant une thématique de base, est bien faite. En revanche, l'analyse des échanges, de la manière dont les gens se rencontrent, de la nécessité de se voir, etc, elle n'est pas faite.

IV. Développer de la recherche dans les Foires, Salons, Congrès

Avec la notion de PGT, vous donnez un statut théorique aux foires et salons. Et puis c'est intéressant parce qu'on voit bien dans la vie de tous les jours que les clusters, au bout d'un moment, finissent par se dire, « bon, qu'est-ce qu'on fait comme évènement, comme salon ? Quelle image avez-vous de la perception de vos travaux par la profession des FSC ? Avez-vous eu des échos à part notre discussion d'aujourd'hui ?

Très très limitée, j'ai rencontré des gens comme ça qui m'ont dit qu'ils en avaient entendu parler, mais c'est une perception extrêmement faible.

Vous n'avez jamais cherché à rencontrer les organisateurs de salons ?

Non, pour des raisons un peu contingentes. Etant à l'INRA, ce n'est pas mon sujet de recherche principal. Mon travail a une dimension théorique et il a une dimension de terrain d'études, déterminée par mes missions et c'est pour cela que je suis payé. En tant que chercheur et directeur de recherche, on me demande de travailler sur les espaces ruraux, sur la méthanisation par exemple, et pas de travailler sur les foires et salons. Donc jusqu'à présent, cela n'a pas été le cas, et comme je n'ai pas été sollicité pour le

« Même nous, le groupe Proximité¹, nous identifions bien, quand nous racontons notre histoire, des moments cruciaux, des congrès qui nous ont permis d'exister, dans lesquels les gens qui s'intéressaient à notre sujet venaient : nous maîtrisions ce champ et nous le faisons nôtre... »

⁷ Le groupe « Dynamiques de proximité »

faire, je ne m'y suis pas penché par moi-même, pour des raisons purement contractuelles.

En revanche, évidemment cela m'intéresserait dans le futur, par exemple d'aller regarder ce qui se passe à différents endroits, pourquoi pas au salon de l'agriculture d'ailleurs, ce serait un endroit qui combinerait les deux dimensions (NDR : salons et thème de l'agriculture). Mais

d'abord il faut des moyens pour le faire. Vous voyez, ce sont pour des raisons

« (Les gens) ont besoin d'entendre comment l'autre parle, de le regarder dans les yeux, de voir vraiment comment il est, et ces trucs-là ne passent pas véritablement très bien par les écrans. (...) Ce sont là comme des micro coups de foudre. »

conjoncturelles, alors que quelqu'un comme Harald Bathelt qui, lui, est universitaire, peut choisir plus facilement de travailler sur ce qui l'intéresse. C'est pour cela qu'à un moment donné, il a pu convaincre des personnes de financer des thèses sur les salons et avoir des moyens d'enquête. Si j'avais dit à l'INRA il y a quelques années, je vais travailler sur les foires et salons, on m'aurait répondu : « écoute, calme-toi et va regarder comment ça se passe dans l'agriculture ».

Si vous aviez du temps et des moyens, quels seraient les sujets sur les Foires et salons qui vous paraîtraient intéressants de creuser ?

Moi, j'aimerais bien savoir plus précisément pourquoi les gens viennent. J'ai lu des articles sur les foires et salons qui donnent des raisons. Apparaît d'abord une dimension physique et d'expérience comme on dit : c'est intéressant de toucher une voiture, de s'asseoir dedans, moyen par lequel un consommateur potentiel vient se renseigner, au Salon du Chocolat, vous allez manger du chocolat, ...au Salon de l'Agriculture, voir des animaux, manger du fromage, sentir les odeurs, etc.

Du côté des professionnels, pourquoi viennent-ils au sein des salons ? Là encore apparaît une dimension qui est de cette même nature : on va voir les produits, on va voir l'innovation, des choses comme ça. Mais on peut éventuellement venir aussi pour copier les autres, pour les imiter. Cette dimension est importante : essayer de piquer aux concurrents

leurs idées, leur connaissance, de leur voler des choses.

Et puis émerge une dimension beaucoup plus liée aux interactions humaines : on se rencontre, on discute, on peut avoir l'occasion d'élaborer des choses ensemble, on va en profiter pour connaître les gens, y compris ses concurrents. Cela est important : on va profiter

des événements pour faire autre chose. C'est un peu comme les gens qui viennent chez Disney pour se marier. On va être à la foire, au salon ou au congrès, on va faire ses affaires, on

va faire son business, on va aller voir les produits, et puis en même temps, on va en profiter pour avoir des réunions à côté, par exemple, louer des salles pour discuter avec des gens, pour faire des événements à l'intérieur du grand événement, on va en profiter aussi pour se rencontrer et élaborer des projets futurs, pour nouer des collaborations futures.

Pour moi, toutes les dimensions sont dans les foires et salons et recourent en partie celles des congrès scientifiques. Dans notre congrès, on se débrouille pour qu'à l'intérieur de notre grand événement il y ait des petits lieux où les gens qui travaillent sur le même sujet puissent se voir pendant deux ou trois jours et discuter ensemble. A la limite, ils n'ont pas besoin de louer des lieux, on s'occupe de toute cette organisation et, eux, ils font leur micro congrès à l'intérieur du gros congrès. Je pense qu'il y a des dimensions de cette nature-là dans les congrès, dans les foires et salons professionnels.

Donc j'aimerais investiguer ces différentes dimensions et les objectiver.

Ce qui est intéressant dans votre notion de PGT, c'est que vous faites une sorte d'articulation entre le monde économique et le monde social, ce qui permet d'insister sur le fait que dans les salons et congrès, il y a réencastrement ou un encastrement de l'économique dans le social, ce qui n'est pas le discours de tous les jours, souvent on les sépare. Les professionnels des foires, salons et congrès, eux, savent bien que la convivialité est

importante, ils le disent tous, ce sont en général des passionnés, en revanche, ils ne font pas cette articulation, ils sont de plus en plus orientés sur l'économie pur, le ROI, ils ont un discours assez orienté sur la performance économique.

Erreur.

Est-ce qu'aujourd'hui l'encastrement de l'économie dans le social est de plus en plus important ou pas et est-ce que c'est cela qui expliquerait la croissance des Foires et Salons aujourd'hui ?

Moi, je ferais l'hypothèse que non, il n'est pas plus important qu'avant. Par contre, l'hypothèse que je ferais, c'est qu'au quotidien, il y a une déconnexion et une perte de sens social et que les foires et salons viennent combler ce déficit, ou au moins cette diminution de sens social, et permettent de le réactiver.

Et donc on va dans ces lieux pour avoir des interactions sociales, dans une certaine mesure, en accéléré. Pendant trois jours, des gens vont distribuer plein de cartes de visite, voir plein de monde. Vous avez de nombreux contacts avec des personnes différentes, plein d'interactions sociales, qui ne vont sans doute pas se concrétiser tout de suite, mais vous avez un moment d'une espèce de concrétion de ces interactions sociales qui, d'habitude, se perdent un peu au quotidien. Là vous ouvrez votre panel d'interactions. C'est extrêmement important.

Si vous voulez, il n'y a pas qu'une dimension sociale, il y a aussi une dimension psychosociale : clairement les gens, pour fonctionner ensemble, pour se faire confiance, pour élaborer des choses vraiment importantes, ils ont besoin de se voir, ils ont besoin de sentir les odeurs. Il y a même des notions de phéromones. Ils ont besoin d'entendre comment l'autre parle, de le regarder dans les yeux, de voir vraiment comment il est, et ces choses-là ne passent pas véritablement très bien par les écrans. « Ah il est sympa celui-là, oh celle-là quelle pimbêche, etc... ». Ce sont là comme des micro coups de foudre. Je ne suis pas un psychosociologue, mais j'ai travaillé avec des psychosociologues justement pour

me faire expliquer ces dimensions, avec notamment l'école de Moscovici, et des comparaisons avec les comportements animaux. Donc ces lieux sont importants : à partir du moment où il y a une perte de sociabilité au quotidien, ces lieux-là, comme les foires et salons, permettent de la retrouver de manière un peu compressée, de manière forcée.

En début d'entretien, vous parliez des clusters, des technopoles et de développement économique et territorial, est-ce que les investissements des politiques aujourd'hui dans les parcs des expositions, - et il y en a de plus en plus, ou quand il n'y en a pas plus, il s'agit de rénovation -, peuvent être mis dans même lignée que ceux qu'ils font dans les clusters et les pôles de compétitivité ?

Ce n'est pas ce qu'ils diraient eux, pas du tout. Ce n'est pas comme cela qu'ils le vivent. Ce sont des mondes complètement séparés. Je dirais que les uns œuvrent pour la connaissance et le high tech, et les autres pour la commercialisation. On retrouve pour le chercheur le monde noble et le monde moins noble, dans le fantasme, celui qui conçoit la fusée et celui qui vend le tapis.

En tout cas ils ne se vivent pas dans le même monde. Les responsables des clusters ou de l'innovation, ils vivent dans un monde de high tech, de connaissance, les chefs d'entreprises se voient quasiment comme des scientifiques, pas loin. Ils appartiennent quand même à une élite de la société. Je ne suis pas sûr que les gens, je ne les connais pas assez, des foires et salons, se perçoivent ainsi. Ils se sentent sans doute bien du côté des affaires. Dans un cluster ou une technopole, on ne dira jamais « on fait de l'argent », on ne parle jamais comme cela, plutôt : voilà la valeur, le sens à donner, le high tech. Les mots employés ne sont pas du domaine de l'économie ou du basement mercantile.

Dernière question pour ouvrir le débat, pour conclure, comment peut-on convaincre aujourd'hui des chercheurs de s'investir dans des recherches sur les foires, salons et congrès ?

En leur donnant de l'argent pour étudier ces phénomènes.

Si on leur donne de l'argent, cela suffira ?

Oui.

L'objet est suffisamment intéressant ?

Il n'y a pas que l'argent, ils préféreront s'intéresser à Ariane 5, mais s'ils sont financés, ils viendront les étudier ■

Coordonnées de André TORRE

torre@agroparistech.fr

UMR SAR-APT Agro Paristech

Brève bibliographie

TORRE, A.; WALLET, F. (eds), Regional development and proximity relations, New Horizons in regional Science, London: Edward Elgar, 2014, 375p.

TORRE A., Permanent and temporary proximities : their role in the process of technological knowledge diffusion, 2015 Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional, 11, 4, 78 - 100.

RALLET A., TORRE A., (2009), Temporary geographical proximity for business and work coordination: when, how and where? Issue 2009-02, volume 7, www.space-online.com

TORRE A., 2014, Relations de proximité et comportements d'innovation des entreprises des clusters. Le cas du cluster de l'optique en Ile-de-France, Revue Française de Gestion, Juin-Juillet, 242, 49-80.

TORRE A., 2008, On the role played by temporary geographical proximity in knowledge transfer, Regional Studies, vol. 42, n°6, 869-889.

MASKELL P., BATHELT H., MALMBERG A., (2004), Temporary Clusters and Knowledge Creation:

the effects of international trade fairs, conventions and other professional gatherings, spaces 2004, www.spaces-online.com

BATHELT H., SCHULDT N., Between Luminaries and Meat grinders: international trade fairs as temporary cluster, space 2005-06, www.space-online.com

BATHELT H., SCHULDT N., (2008), Temporary face-to-face contact and the ecologies of global and virtual buzz», Issue 2008-04, Vol.6, www.spaces-online.com

CAIRNCROSS F., The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives, Orion Business Book, 1997

RAMÍREZ-PASILLAS, M. (2010). International trade fairs as amplifiers of permanent and temporary proximities in clusters Entrepreneurship and Regional Development, 22(2), 155-187.

RAMÍREZ-PASILLAS, M. (2008). Resituating Proximity and Knowledge Cross-fertilization in Clusters by Means of International Trade Fairs European Planning Studies, 16(5), 643-663.

Knowledge Management et Start ups : deux bonnes raisons de placer les Foires, Salons, Congrès au cœur des entreprises ?

Le Knowledge Management (KM) si important au sein des entreprises dans notre Economie de la Connaissance pourrait être un appel à l'intégration plus effective des FSC dans les processus de connaissance et d'innovation de l'entreprise, et pourtant ne l'est pas. Les start ups sont elles-mêmes des entreprises dont la vie ne se conçoit pas sans la participation systématique à des évènements. Il existe donc bien une opportunité à positionner les FSC comme rouage-clef de la production de connaissance au sein des entreprises.

L'expression « Economie de la Connaissance » ne circule pas quotidiennement dans le monde des Foires, Salons et Congrès, encore moins celui de « Learning society » et pourtant il n'est pas trompeur de dire que les FSC ont bien participé au développement de la Connaissance que cela soit par le rôle des congrès scientifiques depuis 150 ans ou par celui des salons dans la promotion et la prolifération des innovations dans les filières et la société.

Des chercheurs ne manquent pas de faire le lien entre les foires, salons et congrès et économie de la connaissance, mais ils sont rares¹. C'est bien dommage car considérer les

FSC comme rouages de notre Economie de la Connaissance permettrait probablement de rappeler combien ils appartiennent à notre actualité, et cela contribuerait à enrichir fortement la définition de leurs stratégies ou de leur utilisation stratégique à l'échelle des filières et des territoires. Mais ne pleurons pas et continuons notre chemin.

Entrons dans le monde des entreprises. Elles constituent bien les principaux acteurs d'abord des foires et salons, mais aussi, pour une certaine part, des congrès. Or ces entreprises sont elles-mêmes traversées par les enjeux de la Connaissance, en termes d'innovation et de compétitivité et en termes de processus interne

¹ Par exemple: BATHOLT H., GOLFETTO F., RINALLO D., Trade Shows in the Globalizing Knowledge Economy, Oxford Scholarship , 2014 ; Harald Bathelt, André Torre RALLET A., TORRE A., (2009), Temporary geographical proximity for

business and work coordination: when, how and where? Issue 2009-02, volume 7, www.space-online.com

et de management. Elles doivent devenir des structures apprenantes et de connaissance, et largement au-delà de leur département de R&D. C'est le grand volet de la connaissance tacite, de l'ensemble des savoir-faire et pratiques implicites, et de son exploitation pour atteindre de plus hauts niveaux de performance innovante. Parallèlement, la diffusion accélérée du modèle start up, dont les plus grands représentants, les GAFA et confrères NATU ou BATX, a totalement renversé les échelles de l'économie et de la culture d'entreprise².

Avons-nous conscience du rôle possible des Foires, Salons et Congrès dans les processus de connaissance et d'innovation des entreprises ? Les Foires, Salons et Congrès apparaissent en tout cas bien peu dans la littérature sur le management de la Connaissance dans les entreprises (le Knowledge Management, KM) et il n'est pas encore bien évident que les start ups, tant utilisatrices d'évènements, sont au fond des entreprises-événements.

Alors suivons tour à tour un peu de cette littérature sur le Knowledge Management et la vie des start ups pour saisir combien les FSC leur sont ou seraient si bien adaptés. Le gain serait formidable, une preuve de plus à venir qu'ils sont au cœur des enjeux de notre économie de la connaissance et que les entreprises peuvent y trouver une aussi grande raison de plus de s'y investir.

A. La drôle d'absence des Foires Salons et Congrès dans le Knowledge Management

Dans le domaine du management, toute une littérature et des travaux sont menés autour de l'idée du management de la connaissance dès les années 1970³. Un des ouvrages fondateurs est celui des japonais Nonaka et Takeuchi : The

Ce qui est très intéressant dans ces recherches sur le Knowledge management est l'importance donnée aux dimensions humaines de la production de la connaissance et aux interactions, notamment en face-à-face.

Knowledge Creating Company» écrit en 1995⁴. La production d'articles dont l'intitulé inclut l'expression « knowledge management » a réellement crû de manière significative à

partir de 1997⁵. Il est devenu un des constituants des offres des consultants en stratégies parmi les plus importants.⁶ En bref, l'entreprise est apprenante et production de connaissance. Cela est à la base de ses capacités de création et d'innovation et détermine de manière décisive sa compétitivité sur les marchés, au point d'en devenir sa nature la plus foncière : « The raison d'être of a firm is to continuously create knowledge »⁷

Ce qui est très intéressant dans ces recherches sur le Knowledge management est l'importance donnée aux dimensions humaines de la production de la connaissance et aux interactions, notamment en face-à-face. Tout cela laisserait augurer une place de choix laissée aux Foires, Salons et Congrès. Ce ne sera pas le cas. Et pourtant nous allons brièvement le voir, nous pourrions les attendre quasiment à chaque coin d'explication, en suivant deux

² BABINET Gilles, Transformation digitale : l'avènement de plateformes ; Histoires de licornes, de data et de nouveaux barbares...Le Passeur éditeur, 2016, P.18 : « GAFA, NATU et BATX : l'avant-garde des barbares ». GAFA pour Google, Apple, Facebook, Amazon, NATU pour Netflix, Airbnb, Tesla, Uber et BATX pour les entreprises chinoises Baidu, Alibaba, Tencent et Xiamo.

³ PRAX, Jean-Yves, L'état de l'art du Knowledge Management, Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales, Vol 63, 2005, p.15

⁴ NONAKA I., TAKEUCHI H. The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation, Oxford University Press, Oxford, 1995

⁵ WILSON T.D., The nonsense of 'knowledge management', Information Research, Vol. 8 No. 1, October 2002, [T.D. Wilson](#) est Professeur Emerite, University of Sheffield, UK

⁶ Ibidem. Si l'article apporte une analyse détaillée des occurrences de l'expression "Knowledge management", nous devons évoquer pour ne pas trahir le propos du Professeur Wilson qu'il ne s'agissait pas pour lui d'en faire l'apologie, mais la critique la plus sévère. Il conclura notamment, en 2020, donc : "The inescapable conclusion of this analysis of the 'knowledge management' idea is that it is, in large part, a management fad, promulgated mainly by certain consultancy companies, and the probability is that it will fade away like previous fads." Il rappelle qu'aussi important devienne chaque individu dans une entreprise, en raison de sa contribution à la connaissance, le licenciement ne lui sera pas épargné si nécessité financière le décide.

⁷ NONAKA I., TOYAMA R., KONNO N., "SECI, Ba and Leadership: a United Model of Dynamic Knowledge Creation", Long Range Planning 33, 2000, 5-34, p. 6

schémas de références du KM : le SECI process et le « Ba ».⁸

1. Le SECI et le levier du face-à-face

Le premier schéma décrit le process de transformation de la connaissance dans un jeu entre la connaissance tacite (celle accumulée de savoir-faire et de pratiques implicites qui gisent là comme un trésor insuffisamment exploité) et la connaissance explicite (mise au jour, formalisée et communicable). Le deuxième décrit la plateforme contextuelle qui permet la réalisation du process SECI.

Le SECI est l'acronyme des quatre phases de ce process : Socialisation, Externalisation, Combination, Internalisation. Ce process aboutit à de la création de connaissance au sein de l'entreprise. Il décrit une spirale montante, avec tour à tour, pour la phase de socialisation le partage et la transmission des connaissances tacites par le partage d'expérience, pour celle d'externalisation, le passage d'une connaissance tacite à une connaissance explicite, c'est-à-dire formalisée (encodée)⁹, pour celle de combination, un passage d'une connaissance explicite à une connaissance toujours explicite, mais plus complexe et systématique et enfin pour celle d'internalisation, un retour de la connaissance explicite vers la connaissance implicite qui correspond à une acquisition par les individus et une intégration dans leurs pratiques.

Chacune de ces étapes ne peut se réaliser que par des partages d'expérience et du compagnonnage, des dialogues, des

métaphorisations des langages, des démonstrations, des réunions à l'échelle interindividuelle ou collective. Rien n'est possible sans les interactions interindividuelles et collectives, à l'intérieur de l'organisation ou avec l'extérieur. Et cet extérieur est large : « consumers, affiliated companies, universities, distributors ».

Le face-à-face, sans être nécessaire à toutes les étapes de cette dynamique, reste une des bases des exigences de l'exploitation de la connaissance tacite. Il

ne faut donc qu'un pas pour articuler les FSC, d'une manière ou d'une autre, en tant que mécanique de face-à-face et d'interactions collectives et en tant qu'ouverture sur des interlocuteurs tiers hors entreprise, avec le cœur du KM des entreprises. Le pas pourrait être d'autant plus franchi que le deuxième schéma du KM en appelle à la création d'un contexte d'existence de ce process de connaissance : le « ba ».

2. Le « ba », un bloc d'espace-temps proche des FSC

La connaissance n'est pas connaissance sans un contexte qui permet de la partager et rendre possible le process de création SECI brièvement décrit ci-dessus. Cette nécessité d'introduire dans le KM ce deuxième schéma est réellement intéressant du point de vue de l'activité des Foires, Salons et Congrès.

cette connaissance tacite dans le KM, il s'agisse en fait de savoir détenu par les populations opérationnelles dans la production, sur le terrain commercial en contact avec les marchés ou les sous-traitants, mais non reconnu, construit par leurs expériences et leurs proximités avec la réalité. Le management d'une entreprise aura intérêt à valoriser tout ce que ses salariés savent et à faire bénéficier l'ensemble du processus de l'entreprise des enseignements retirés par ces expériences. Cela n'élimine pas qu'il y ait bien, dans ce que nous comprenons, au-delà du passage de l'implicite à l'explicite par des mécanismes de codification et de leur exploitation pour une transmission et un apprentissage, une création, donc une émergence de nouvelle connaissance.

⁸ Ibidem. Nous allons suivre cet article qui entre dans une série des très nombreux articles où l'on trouve parmi les auteurs Ikujiro NONAKA et/ou Hirotaka TAKEUCHI, Professeurs, spécialistes du KM, respectivement à l'Université Hitotsubashi de Tokyo et à l'Université de Harvard.

⁹ Nous ne discutons pas ici de l'adéquation ou pas de cette conversion de la connaissance tacite en connaissance explicite avec l'idée énoncée initialement par Michael Polanyi qui, lui, ne décrit pas de processus de transformation du tacite en explicite, mais plutôt de l'émergence d'une nouvelle connaissance. La « tacite » n'est pas un trésor potentiel qu'il faudrait actualiser, un silence qui pourrait être exprimé, contrairement à ce que semble comprendre Nonaka et Takeuchi. Il semble qu'au moins pour une part de

Cette notion de « ba » est à l'origine le concept d'un philosophe japonais. Les auteurs de l'article que nous suivons la résume grosso modo à l'idée de place où peuvent se dérouler les interactions entre les acteurs de la connaissance. Nous pouvons facilement repérer dans la description du « ba » des attributs que nous savons communs avec les FSC.

Le « ba » est un milieu qualitatif qui donne de l'énergie aux participants. Cela n'est en rien étranger aux enthousiasmes et nombreuses émotions qui se retrouvent sur les manifestations.

Les participants du « ba » ne sont pas des simples spectateurs, mais ils sont engagés dans les relations qui y ont lieu. Nous reconnaissons là encore les attitudes et pratiques des congressistes, des exposants ou des visiteurs, qui sont moins à un spectacle -qui peut aussi avoir lieu – que sur la scène dans laquelle ils jouent leurs rôles d'acteurs.

Les auteurs ne limitent pas le « ba » à un espace physique, nous croyons alors perdre le lien entre ba et FSC, mais c'est pour ajouter qu'il est avant tout un bloc d'espace-temps : « Ba does not necessarily mean a physical space. The Japanese word 'ba' means not just a physical space, but a specific time and space. Ba is a time-space nexus (...) »¹⁰. Et nous retrouvons là nos manifestations.

La connaissance n'a de sens que dans un contexte social, culturel et historique, qui permet les mises en perspectives et les interprétations. C'est un système ouvert modifié par les mouvements d'aller-retour des participants, qui peut changer dans l'instant. S'y crée un langage commun, les signes d'une communauté. Cette liste continue à nous rapprocher des FSC.

Ce milieu « ba » est valable à l'échelle interne de l'entreprise, mais il peut s'étendre au marché lui-même : un pas de plus. Il est un système qui tiendra son efficace de son autonomie vis-à-vis du reste de l'organisation de l'entreprise, du « chaos créatif » qu'il crée.

Nous pouvons facilement repérer dans la description du « ba » des attributs que nous savons communs avec les FSC.

Les correspondances continuent : redondance de l'information (les FSC sont répétitifs), diversité des contenus, confiance...La description de cette plateforme « ba » pourrait donc, par des très nombreux égards, s'appliquer aux Foires, Salons et Congrès. Et pourtant ils ne seront jamais cités¹¹.

Certes l'idée de la réunion est présente dans l'analyse (« meeting »), mais rien au-delà. Et aucun des exemples cités ne s'en approchera vraiment. Les dernières lignes de l'article pourraient même bâtir un ultime grand pont de plus, puisqu'elles définissent un système entreprises-instances politiques-universités, qu'il est aisé d'imaginer sous forme de salon : "The market, where the knowledge held by companies interacts with that held by customers, is also a place for knowledge creation. It is also possible for groups of companies to create knowledge. If we further raise the level of analysis, we arrive at a discussion of how so-called national systems of innovation can be built. For the immediate future, it will be important to examine how companies, governments and universities can work together to make knowledge creation possible."

Nous avons donc là, au cœur de l'entreprise apprenante et de la théorie du Knowledge Management une série de nouveaux arguments sur le rôle possible des FSC dans notre société de la connaissance. Simplement, nous constatons un oubli.

¹⁰ Ibidem, p.14

¹¹ Un seul article ne permet pas d'être catégorique. Nous pouvons seulement constater que dans l'ensemble de nos recherches sur le KM n'apparaissent pas les Foires, Salons et Congrès. Dans le texte que nous avons suivi, comme dans d'autres de NONAKA et TAKEUCHI, les références aux salons et congrès sont absentes. Dans l'article entièrement consacré au ba, « The concept of ba : building a foundation for knowledge creation », de NONAKA et KONNO, California

Management Review, vol 40, n°3, spring 1998, p 40-54, les exemples cités ne concernent ni les salons, ni les congrès. Il faudra bien se déplacer du côté des sociologues des réseaux, des économistes de la proximité, des géographes pour les retrouver, en s'éloignant sans doute du raisonnement à partir de la connaissance tacite pour préférer celle des réseaux et des encastresments de l'économie dans le social.

Les FSC pointent pourtant bien là leur figure de proximités, de contexte de production de savoirs et d'innovation dans cette grande forêt de la connaissance.

Explorons l'autre pôle des entreprises dans cette économie et société de la connaissance, non plus le cas général de l'entreprises apprenantes, mais les cas plus spécifiques des start ups, figures de l'entreprise innovante qui transforment aujourd'hui complètement l'idée de l'entrepreneuriat.

B. Les start ups mettent les FSC au cœur de leur existence

Oublions, pour commencer, cette éventualité qu'un des GAFA décide un jour d'investir dans les Foires, Salons et Congrès. Oublions-le parce que nous savons combien l'activité est minuscule à l'échelle des nouveaux titans. Mais là encore, nous pouvons nous étonner que cela n'ait pas encore eu lieu. Google semble après tout peu éloigné d'une immense foire. Il semble que les puissances de germination des FSC soient aussi, parmi les GAFA, méconnues. L'opportunité est donc d'autant plus réelle pour les pays et les continents qui n'ont pas les GAFAs de se pencher sur les modestes Foires, Salons et Congrès, en particulier pour l'Union Européenne.

Mais nous pouvons toutefois constater combien le phénomène des start ups appelle une croissance de l'usage des Foires, Salons et Congrès et donc leur pertinence dans notre société de la connaissance.

Les faits sont déjà là. Les événements qui impliquent les start ups n'arrêtent pas de se multiplier, à la fois ceux directement orientés sur leur économie de start ups et ceux, plus larges,

sur des thématiques de filière, qui les incluent comme part identifiée dans sa nomenclature.

1. L'implication des start ups dans les événements

La vie des start ups est largement rythmée par des événements qui sont autant d'occasions d'existence ponctuelles et intenses et qui appartiennent à leur cycle de vie.

Les Meet ups, les Demodays, les événements spécifiques des organismes investisseurs et d'accompagnement, ou des pépinières et autres incubateurs sont autant d'occasion de « pitcher », de prendre la parole et concentrer en un temps court l'essentiel et le percutant de l'aventure à venir, de concourir, d'être identifiées et d'appartenir à la catégorie des start ups, de passer dans le rang des investissements possibles.

Les Hackatons, sortes de compétition spécifiquement orientées sur la création de solutions digitales, se tiennent dans chaque ville qui ne veut pas être en reste sur sa politique numérique.

Le label « French Tech » organisé par les pouvoirs publics en France est une machine à événements et à rencontres dans chaque métropole qui l'a obtenu.

Au-delà de cette série d'événements, des manifestations importantes et dédiées connaissent de vastes succès. Il est difficile de ne pas connaître le Consumer Electronic Show à Las Vegas, dit le CES, salon grand public et professionnel qui rassemble l'ensemble des innovations technologiques de tous les secteurs possibles¹². Il est d'ailleurs notable de constater que ce genre d'événement donne une visibilité médiatique remarquable à la forme salon. En France, le salon VIVATECH tente de reproduire le même phénomène. En Allemagne l'IFA¹³, un des plus

La vie des start ups est largement rythmée par des événements qui sont autant d'occasions d'existence ponctuelles et intenses et qui appartiennent à leur cycle de vie.

¹² Nous pouvons renvoyer au rapport produit par Olivier Ezratty qui produit un rapport accessible en ligne de 400 pages sur le descriptif des innovations du CES : Compte-rendu de visite du CES de Las Vegas 2018 : <http://www.oezratty.net/wordpress/2018/rapport-ces-2018/>

¹³ <https://b2b.ifa-berlin.com/>, 31 août-5 septembre 2018. La résonance média de l'IFA en France est bien moindre que celle du CES ou de VIVATECH.

anciens salons professionnels d'Allemagne (1924), initialement sur les technologies radios (Internationale Funkausstellung Berlin) est devenu « Consumer electronics unlimited » et reçoit plus de monde que le CES de Las Vegas (plus de 250 000).

Plus largement, ils existent des séries d'événements qui dépassent la forme salon, combinant de grands talkshows, de l'exposition, des rendez-vous d'affaires et des festivals culturels qui connaissent des ascensions fulgurantes, et qui peuvent servir de nouveaux repères dans les évolutions des salons à venir : le Web Summit (Lisbonne)¹⁴, le SLUSH (Helsinki)¹⁵, le Nordic Business Forum (Helsinki, Stockholm, Oslo)¹⁶, le SXSW¹⁷ ou le DMEXCO (Cologne)^{18,19}.

Et du côté de chaque filière, il est peu de salons qui n'aient pas leur « village de start ups » ou leur offre dédiée. Certains salons, à forte consonance technologique, auront naturellement cette inclusion des start ups, par exemple le Mobile World Congress²⁰ ou le Salon de l'Aéronautique et de l'Espace (SIAE) (qui a son « Paris Air Lab » avec notamment 100 « startups pitches »²¹). Mais il est difficile de trouver un salon qui s'en prive.

Outre le lien intrinsèque des Startups avec la Connaissance et le fait que leur présence grandissante se traduit par des événements dédiés ou des inclusions dans les manifestations des filières, il est intéressant de constater que la culture même des startups ne peut que faire écho à celle des Foires, Salons et Congrès.

Une récente étude de sociologues²² sur le start ups analyse les logiques sociales et la part importante des relations interpersonnelles dans

le processus de création et le parcours de vie des start ups et de leurs créateurs. Il est tout à fait possible d'imaginer des voisinages structurels entre les start ups et les événements.

2. La culture des start ups et ses échos avec les FSC

Nous avons mené une étude auprès de 20 start uppers²³ sous forme d'entretiens face à face pour répondre à la thématique générale du rôle des salons dans l'innovation et la vie des start ups. Nous pouvons résumer quelques conclusions :

- La culture des start ups se tient à quelques pas de la culture des salons : petites entreprises, métiers multiples, les marchés, l'empirisme, le sens du collectif, l'association par affinités, l'engagement, l'oralité et l'importance de la rencontre physique, le nomadisme (savoir partir et repartir)
- Les salons sont essentiels à la vie des start ups et à leur stratégie. Les start uppers ont une pratique quasi systématique des salons et autres événements. Les salons sont des machines de « UP » social nécessaire à leur croissance.
- L'Événement est aussi un marché pour une part d'entre elles. Par un mécanisme d'opportunisme très prononcé chez les start uppers, la fréquentation des salons les conduit naturellement à s'interroger sur la possibilité d'adapter leur solution (ou d'en créer une) au secteur de l'événement alors qu'elle ne l'était pas initialement.
- Les start uppers évaluent très favorablement les salons. Le registre d'évaluation premier est d'abord social : les rencontres, la constitution de réseaux et

¹⁴ <https://websummit.com/>, 5-8 novembre 2018, « the largest tech conference in the world »

¹⁵ <http://www.slush.org/>, 4-5 décembre 2018, "World leading start up events", "Nothing normal ever changed a damn thing"

¹⁶ <https://www.nbforum.com/nbf2018/>, Helsinki, 26-27 septembre 2018, « Building leaders who change the world ».

¹⁷ <https://www.sxsw.com/>, Austin, USA, 8-17 mars 2019,

¹⁸ <https://dmexco.com/>, 12-13 septembre 2018, "DMEXCO is the meeting place for key players in digital business, marketing and innovation."

¹⁹ Il existe un récépissé de l'ensemble des événements directement liés aux écosystèmes des start ups dans « le guide des start ups en France », publié, toujours gratuitement par Olivier Ezratty : <https://www.oezratty.net/wordpress/2019/rapport-ces-2019/>

²⁰ <https://www.mobileworldcongress.com/>

²¹ https://www.siae.fr/evenements/paris_air_lab.htm

²² Michel Grossetti, Jean-François Barthe, Nathalie Chauvac. Innovateurs ordinaires: Une enquête sociologique sur des startups françaises. texte provisoire d'un ouvrage. 2016. <halshs-01377992> , <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01377992>

²³ Terrain mené de décembre 2017 à mars 2018 auprès de 20 start uppers, d'entreprises naissantes et principalement de moins de 3 ans, dans des secteurs très variés : biotechnologie, tourisme, événement, e-santé, ressources humaines, transports, emballage, presse, hôtellerie, maintenance industrielle, communication, traduction, e-commerce, agriculture , bureau d'étude industrielle, loisirs ... Rapport disponible sur :

<http://www.nundinotopia.com/2018/05/salons-et-start-ups.html>

l'entrée dans les écosystèmes des filières. Les résultats sont indéniables, le salon est un accélérateur. La fonction psychologique et énergisante d'un salon est très importante et réelle.

- Les Start ups sont prêtes à devenir elles-mêmes organisatrices d'événements (quand elles ne le sont pas déjà).

Ce dernier point est fondamental : au-delà des événements spécifiques pour les start ups ou de ceux qui les incluent, il faut compter ceux que les start uppers organisent eux-mêmes ou sont prêts à organiser. Nous nous retrouvons sur un modèle d'entreprise que nous pourrions qualifier d'entreprise-événement.

Le pas qui n'était pas franchi dans la description du « ba » dans la description du KM l'est ici allègrement. L'évènementialisation, la participation à des événements en tout genre, à des salons principalement et à des congrès font partie de la constitution et du parcours des start ups.

Conclusion

Que cela soit à l'échelle des entreprises en général, qui saisissent les enjeux de leur management de la connaissance et les leviers de la création de plateformes d'interactions entre ses acteurs internes et externes, ou à l'échelle des start-ups, sortes d'incarnation de l'entreprise-événement, il est aisé de conclure à l'utilité et à la pertinence du développement de dispositifs relationnels proposés par les Foires, Salons et Congrès.

Il s'agit toujours d'accroître la performance d'innovation des entreprises en intervenant dans le processus même de production de la connaissance, largement fondé sur l'interactivité avec les mondes adjacents aux entreprises (la société, les marchés, les fournisseurs), le face-à-face des individus et les relations sociales. Les chercheurs sur le KM concluent eux-mêmes à l'ouverture sur des systèmes entreprises-universités-gouvernances larges.

Cela sonne donc comme une formidable opportunité. Le développement de la Connaissance et de l'Innovation des entreprises croise bien ou pourrait bien croiser les Foires, Salons et Congrès, mais sans que cela

soit aujourd'hui suffisamment explicite, perçu par tous, par les entreprises elles-mêmes ou les organisateurs de manifestations.

L'enjeu des FSC est au moins autant du côté des affaires que de la connaissance.

Si certains l'imaginent déjà, ils sont encore peu nombreux. Cette voie de positionnement des FSC semblent pourtant appartenir plus encore à notre actualité. Il s'agit donc de penser plus fortement les FSC comme des espace-temps de Connaissance, de développement de la Connaissance des entreprises, des milieux pour qu'elles grandissent comme structures apprenantes et innovantes. C'est une opportunité, un axe stratégique aussi.

Il ne s'agit pas seulement d'être lieu d'exposition, mais milieu d'existence et de transformation interne des entreprises. Drôle d'idée, non ? Sûrement les plus anciens parmi les professionnels des FSC se souviendront de la convivialité joyeuse que permettaient hier les manifestations pour les entreprises. Le petit cheval n'est pas mort. Tout nous invite à galoper de nouveau dans ce sens : à réinventer dans le contexte de notre Economie de la Connaissance. Ne s'agit-il pas d'une fidélité au métier, d'être au plus « proche » (pour reprendre le thème de ces Cahiers) de ses savoir-faire et de ce qui fait la force des FSC ? ■

Attention semences : les Foires, Salons, Congrès font pousser notre temps !

Regarder d'un peu près les quantifications de l'activité des FSC en m² et en fréquentation n'aide pas à prendre toute la mesure de leur puissance. Ils sont peu de chose, minuscules à l'échelle de notre économie planétaire. Leur force n'est pas dans leur taille, mais dans leurs puissances germinatives, dans leur essaimage dans la géographie et les activités du monde. On pourrait dire : « mais il s'agit des retombées », mais ce n'est pas énoncer et sentir assez combien les FSC poussent et font grandir notre temps et notre époque.

Combien nous, petits hommes, sommes dépassés lorsque nous entrons dans les vastes halls des « trade shows » ! L'idée de salons minuscules ne nous effleure pas quand les effets d'échelle nous disent que le néant est de notre côté. Les chiffres officiels d'évaluation de l'activité par les organismes professionnels internationaux ou nationaux, par les entreprises ou sites eux-mêmes annoncent des millions de m², des milliers ou des millions de participants. Que d'eau, que d'eau nous dirait la chanson. Quelle immensité ! Et pourtant sous le regard des économistes, les foires, salons et congrès émergent à peine, très loin de jouer aujourd'hui le rôle tenu hier par les foires médiévales dans le monde des échanges.

Le monde des Foires, Salons, Congrès serait donc petit ? Les halls démesurés, les millions de m², les foules nous tromperaient. Il nous faut aller

voir, mesurer cette taille. Et si nous tombons sur une confirmation, oui, le monde des FSC ne se tient que dans le grain de notre présent, cela suffira-t-il à nous convaincre de sa taille microscopique ? Car enfin, nous sentons bien l'énergie des rencontres, les excès, les frénésies, les transgressions. Le minuscule vrombit, concentre des forces. Si les FSC ne sont que grain, ils sont peut-être graines, plis de vie dans leur coque obscure et il nous faut entendre un peu de leurs déplis, de leur propagation à travers le monde, dans tous les champs de la vie humaine et les batailles de l'actualité.

Peut-être avons-nous aujourd'hui le plus grand mal à saisir cette puissance germinative des Foires, Salons et Congrès ? Peut-être est-ce là aussi leur complexité et leur modernité dans notre économie et notre société : difficile de mesurer ce qui essaime partout et pousse avec

les rencontres et les conversations des femmes et des hommes.

Nous commencerons donc par un exercice de mesure des Foires, Salons et Congrès, la découverte de leur petitesse effective, puis nous balancerons du côté de leurs débordements, comment et en quoi ils sont des machines germinatives.

Les formes des surfaces et les limites des fréquentations n'épuisent pas l'expression des FSC et de leur rôle dans notre monde. Il s'agit toujours de s'interroger sur ce qu'ils peuvent. Que peuvent les Foires, Salons et Congrès aujourd'hui ? Ils germent et font germer.

A. Une ville à peine, éphémère, dans l'immensité planétaire

Notre tâche est de nous donner ici des ordres de grandeurs. Aujourd'hui compte évidemment d'abord l'arithmétique des surfaces, des participants. S'y ajoute souvent celle des retombées économiques, comme si déjà la première ne suffisait pas. Faisons un peu de calcul.

1. De Saint-Malo à Marseille

L'ensemble des surfaces des parcs des expositions dans le monde est évalué¹ par l'UFI (Association internationale de l'Industrie de l'Exposition²) à 35 millions de m², soit 35 km², soit

un peu moins que la ville de Saint-Malo. Cela représente près de 1200 parcs des expositions dans le monde³. La surface nette (seule la surface d'exposition louée) de l'ensemble des manifestations⁴ atteint 124 km², un peu moins que Montauban. Si on rajoute à cette surface l'ensemble des surfaces non louées utiles à la circulation et l'ensemble du fonctionnement des manifestations, cette surface peut être estimée à 250 km² (le ratio de la profession entre surface nette et surface brute est habituellement de 2

environ), soit à peine plus que la surface de la ville de Marseille. Cela représente 31 000 manifestations⁵. Or comme les manifestations durent en général autour de 3 ou 4 jours, il est possible de résumer la manifestation de l'ensemble de la filière des foires et salons à l'échelle planétaire à un parc des expositions grand comme Marseille, pendant 3 ou 4 jours.

L'ensemble de l'activité mondiale des foires et salons peut ainsi se réduire effectivement à une ville éphémère, une brève apparition dans le temps et l'espace du monde. A titre de comparaison, l'Exposition Universelle de Shanghai couvrirait en 2010 une surface d'un peu plus de 5 km² pendant 6 mois (182 jours)⁶. Si nous osons la comparaison en km²/jour, la première atteint entre 750 et 1000 km²/j, la seconde 910 km²/jour, soit donc environ le même ordre de grandeur (même si les Expositions Universelles ont lieu tous les 5 ans et que celle de Shanghai fut l'une des plus grandes)⁷.

¹ World Map of Exhibition Venue, UFI, Edition 2017 revised January 2018.

² La véritable dénomination de l'UFI n'existe qu'en anglais : « Global Association of the Exhibition Industry ». L'expression industrie de l'exposition n'est pas usitée dans la profession. L'UFI a été créée en 1925. Sa dénomination première est Union des Foires Internationales. Son siège est en France, à Levallois-Perret. UFI is the leading global association of the world's tradeshow organisers and exhibition centre operators, as well as the major national and international exhibition associations, and selected partners of the exhibition industry. UFI's main goal is to represent, promote and support the business interests of its members and the exhibition industry. UFI directly represents around 50,000 exhibition industry employees globally, and also works closely with its 50 national and regional associations members. 768 member organisations in 87 countries around the world are presently signed up as members.

³ L'UFI considère les parcs des expositions au-dessus de 5000 m². A titre de comparaison, l'UNIMEV, Union Française des Métiers de l'Événement annonce en 2015, 5,9 km² de surface

nette (MEMO, Données générales et retombées économiques des Foires, Salons et Congrès en France et en Île-de-France, UNIMEV)

² Global Exhibition Industry Statistics, UFI, March 2014

⁵ UFI, ibidem, 2014

⁶ Source : Bureau International des Expositions (<https://www.bie-paris.org/site/fr/les-expos/a-propos-des-expos/la-famille-des-expos/les-expos-universelles>). Le siège du BIE est à Paris, assez voisin de celui de l'UFI. L'expo de Shanghai fut fréquentée par 73 millions de visiteurs.

⁷ Cette comparaison peut surprendre celui qui croyait ces deux activités réunies. Ce n'est pas le cas. Elles n'ont que très peu de relations entre elles, malgré des croisements historiques essentiels (les foires-expo du début du 20^{ème} siècle prenaient la relève des expositions industrielles et des beaux-arts de leur région, auxquelles était reproché alors leur manque de commercialité). Cette distance fait partie sans doute de la mystérieuse discrétion des foires et salons. A ce titre, il est d'ailleurs intéressant que le projet en France de l'Expo 2025 ne faisait que très peu référence à la situation des

2. Premiers chiffres sur les congrès

Du côté des congrès, l'Union des Associations Internationales, dont les statistiques sur l'activité des congrès font référence, annonce 10 à 12 000 congrès internationaux par an⁸, mais cela ne représente qu'une partie de la réalité, notamment en excluant tous les congrès nationaux et régionaux. Sur la seule France, l'Unimev⁹, de son côté, estime à 2800 le nombre de congrès. Dans l'étude réalisée en 2003 (certes cela date, mais l'ordre de grandeur y est) par l'Université du Québec de Montréal pour le 1^{er} Colloque de l'Industrie du Congrès, il est fait référence à des statistiques qui donnent « plus d'un million (de congrès et réunions) en 2001, soit 11 800 congrès associatifs

internationaux et nationaux, 177 700 autres types de réunions tenus par les associations et 844 000 réunions corporatives et d'affaires »¹⁰. L'ICCA (International Congress and Convention Association), autre référence dans la profession, estimait¹¹ le nombre de « meetings » sur la période de 2008 à 2012 à 54 844, soit 10 000 par an environ. Apparaissent déjà dans ces premières statistiques la prolifération des termes et des types de réunions, au-delà du congrès, et la multiplication possible de leur comptabilisation.

Il n'existe pas d'évaluation globale des surfaces de congrès et réunions, ni des lieux qui les accueillent. Cette tâche semble impossible étant donnée la multiplicité des lieux possibles (centres de congrès, universités, hôtels, parc d'attraction, lieux patrimoniaux, stades, etc). Mais nous verrons plus tard, à partir de l'évaluation de la population participante s'il

n'est pas possible d'imaginer une hypothèse de surface.

3. 300 millions des 7 milliards de terriens humains

L'UFI évalue le nombre de visiteurs annuels à 260 millions¹². Mais il faudrait pouvoir considérer combien de ces visiteurs fréquentent plusieurs foires et salons par an, ce qui est souvent le cas, pour mesurer combien cette évaluation reste optimiste (Combien se disent en quittant un salon « See You There » ou « See You Next Time »?). Il faut y ajouter 4,4 millions d'entreprises exposantes (elles-mêmes comptées en

partie plusieurs fois en raison d'une pratique plurielle des manifestations par an). L'évaluation n'est qu'approximative, mais il n'est pas incohérent que la population mobilisée dans les échanges dans les foires et salons avoisine les 300 millions de personnes. A titre de comparaison, l'Organisation Mondiale du Tourisme compte plus de 1,4 milliard de touristes¹³ dans le monde en 2018.

En termes de population dans les congrès, les chiffres globaux sont plus rares. L'ICCA donne une évaluation de la fréquentation sur la période 2008-2012 de 22 millions de participants, soit un peu plus de 4 millions de participants par an. L'IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers) écrit dans son étude annuel 2018¹⁴ que près de 6 millions de personnes ont participé aux événements organisés par ses adhérents.

En reprenant le ratio calculable à partir des données de l'UFI sur les foires et salons d'une

Il n'est pas incohérent que la population mobilisée dans les échanges dans les foires et salons avoisine les 300 millions de personnes. A titre de comparaison, l'Organisation Mondiale du Tourisme compte plus de 1,4 milliard de touristes¹ dans le monde en 2018.

foires et salons en France, ne s'y reconnaissait que peu de parenté, même si les infrastructures d'expositions en France et les prestataires de la filière de l'événement pouvaient y être impliqués en tant qu'opérateurs.

⁸ UAI (Union des Associations Internationales), extrait des données 2008-2012 accessible gratuitement sur le site UAI.org via un aperçu du International Meetings Statistics Report 57th edition published June 2016. Nous pouvons aussi nous référer au travail de Sylvie Christofle qui présente un graphique des évolutions des données de l'UAI, par exemple dans *Tourisme de Réunions et de Congrès, Mutations, Enjeux, Défis*, Collection Sciences et Tourisme, Edition Balzac, 2014, p.75

⁹ UNIMEV, 2015, Ibidem

¹⁰ l'étude réalisée en 2003 par l'Université du Québec de Montréal pour le 1^{er} Colloque de l'Industrie du Congrès, Direction Michel ARCHAMBAULT, professeur et titulaire, Chaire de Tourisme de l'UQAM, p.7

¹¹ Rapport sur les 50 ans de l'ICCA, « A modern History of International Association Meetings, 1963-2012

¹² UFI, 2014, ibidem

¹³ <https://www2.unwto.org/fr/press-release/2019-01-21/les-arrivees-de-touristes-internationaux-atteignent-14-milliard-deux-ans-pl>

¹⁴ <https://www.iapco.org/about-iapco/annual-survey/>

personne par m² (260 millions de participants / 250 millions de m²) et en reprenant la précédente hypothèse de l'ICCA (un peu plus de 4 millions de participants), il est possible d'imaginer une surface de congrès et réunions de 4 millions de m², soit 4 km². Et de la même manière, nous pourrions rapporter cette surface à quelques jours de manifestations. Nous approchons ainsi de l'évaluation de la taille du grand monde des FSC.

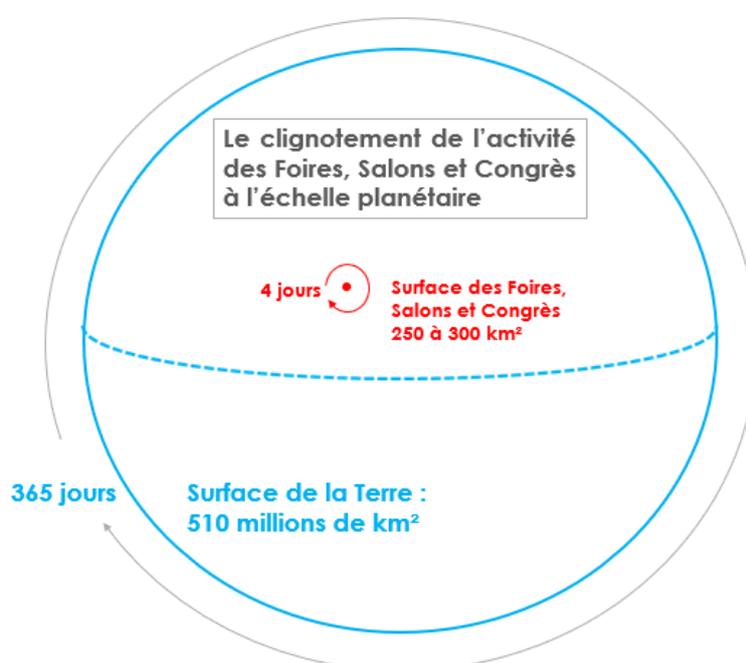
4. Pas plus qu'un clignotement

L'addition de l'activité des foires et salons et de celle des congrès peut donc encore se mesurer approximativement à cette ville éphémère de quelques jours d'une taille comparable à Marseille, d'une population étalée sur ces jours de 300 millions environ de participants (bien plus dense toutefois que la population réelle de Marseille à moins d'un million d'habitants), se rencontrant dans plus de 40 000 manifestations, tout cela dans le grand tout de notre monde à 7 milliards d'individus.

Résumée à quelques chiffres de population, de surface et de manifestations, l'activité des Foires, Salons et Congrès n'est qu'un clignotement et semble à bien grande distance des échelles des GAFA à parfois plusieurs milliards de consommateurs à la journée. Pourtant, et même si l'exercice des quelques lignes ci-dessus et de ses comparaisons osées est peu pratiqué, ce sont ces chiffres qui circulent d'une manière ou d'une autre pour « rendre compte » de cette activité. D'autres s'ajouteront, de manière récurrente, en termes de retombées économiques, d'impact sur l'emploi. Mais le clignotement restera clignotement.

Faut-il pleurer ou simplement y reconnaître quelques signes de la nature des Foires, Salons et Congrès. Ils ne sont pas grands par leur taille, même lorsque nous nous retrouvons perdus dans une marée humaine à l'entrée d'un grand salon international. Les agglomérer

physiquement traduit une certaine réalité des chiffres. Mais au fond, les Foires Salons et Congrès valent d'abord par leur dispersion, leur nature granulaire, leurs localisations interstitielles. Et s'il fallait rationaliser et mesurer, alors il faudrait inventer des indicateurs de dispersion, de connexion, de transmission interstitielle entre des mondes économiques et sociaux multiples. Leur puissance ne peut passer que par leur essaimage planétaire, leur présence dans la diversité des activités humaines. Mais pourquoi ? C'est là que nous devons mieux saisir leur capacité à germer à chacune de leur implantation granulaire.



B. Les débordements des Foires, Salons et Congrès

L'image de la ville éphémère si relative par rapport à l'échelle de la planète, d'un même geste, réduisait à une miette tout ce monde de l'exposition et des congrès. Il nous faut franchir les portes de la ville pour saisir les puissances germinatives des FSC.

Pour commencer, nous essaierons de saisir en quoi les FSC sont des machines qui peuvent se déplier avec une telle envergure dans une

réalité bien plus grande qu'eux. Nous passerons en revue quelques grands débordements sur les champs des activités humaines, sur la géographie et sur les populations. Il s'agit là en quelque sorte d'une fertilisation des réalités. Puis nous ferons alors un pas de côté, vers les FSC eux-mêmes, sur eux-mêmes, quand ils fleurissent sur leurs propres terres, en imagination, en fantasme, en fiction, en production culturelle.

La graine est donc bien spéciale, toujours plus s'intensifiant, se cultivant même dans sa propre enveloppe. Tout cela nous conduit vers la perception de la complexité du fait des Foires, Salons et Congrès.

1. Les graines et les pliages, machines à voir

Deux grands mécanismes peuvent en partie expliquer les puissances germinatives des FSC, leur capacité à faire grandir : leur type de rapports de médiation avec la réalité dans laquelle ils s'exercent et leur nature temporelle fondée sur la répétition.

a. Le triptyque Médiation-Réalité-Microcosmos

La tentation existe parfois de dire que les FSC sont des médias, ou appartiennent au monde des médias. Mais le chemin est trop court et coupe une part essentielle de la nature même des FSC, ils médiatisent avec eux-mêmes. Ils ne sont pas au bord d'un monde, un tiers qui en témoigne et le raconte, ils sont ce monde même qui se fabrique et se dédouble.

Ils sont à la fois lieu de médiation (comme un magazine, avec des contenus et un ordre éditorial, quel qu'il soit), mais fabriqué avec la réalité des acteurs et de leurs activités in situ, par leur présence (et non pas par le seul symbolique des signes écrits ou visuels du texte ou la matérialité de papier) et fabrication d'un monde à lui tout seul, même si réduit (microcosmos) par apport à la réalité initiale. Et ce microcosmos répète cette dernière en en rendant plus visible l'ordre et les mécanismes. Ils forment un triptyque Médiation-Réalité-

Microcosmos, une machine pliée à trois grands volets qui se forment les uns des autres.

Ce triptyque Médiation-Réalité-Microcosmos est une machine itérative où la réalité s'exprime avec elle-même.

Le congrès scientifique est à la fois médiation pour une communauté de chercheurs, fragment de cette communauté et cité éphémère de cette communauté par laquelle elle se crée sur une scène entière et unitaire. Et ce théâtre devient lui-même une fabrique de la science, au-delà de la seule circulation des informations médiatisées.

Cela est patent pour la science. Mais nous pourrions le reproduire dans l'industrie pour laquelle le salon sera à la fois lieu de communication et de commerce, rassemblement de ses acteurs éparpillés sur les continents, qui viennent quelques jours habiter la ville qu'ils co-construisent et qui en même temps permet l'identification des acteurs et des process, les mises sur le marché, voire une certaine forme d'exercice libre des technologies et des techniques mises en mouvement pour raison de démonstration, c'est-à-dire la formation et l'organisation même de la vie de cette industrie.

Alors le salon n'est pas un élément extérieur d'une industrie, le témoin en retrait qui en dirait l'actualité, mais un segment constituant : pas d'industrie dans salon, pas de recherche sans congrès.

Deux grands mécanismes peuvent en partie expliquer les puissances germinatives des FSC, leur capacité à faire grandir : leur type de rapports de médiation avec la réalité dans laquelle ils s'exercent et leur nature temporelle fondée sur la répétition.

b. Le mécanisme temporel de répétition

Le deuxième mécanisme est lui aussi un phénomène itératif : il s'agit de la nature même des FSC d'être non pas des moments uniques dans le calendrier, mais des rendez-vous répétés à l'échelle de plusieurs années, voire de dizaine d'années, voire de siècles.

Cette temporalité répétitive est une machine de prolifération des manifestations dans le temps, à la fois productrices de répétition, de retour à l'identique, et productrices de différences, à la fois construction de l'identité d'un monde capable de revenir, de se retrouver et en même temps de se transformer

et de saisir les strates de son actualité d'année en année. S'il était possible de « carotter » un salon, à l'instar des échantillons géologiques, serait alors possible de voir ce qui s'est passé sur des plages de temps longs.

Sur les bases de ses deux premiers mécanismes itératifs, le triptyque Médiation-Réalité-Microcosmos et répétition dans le temps, les FSC

peuvent être considérés comme des machines exploratoires décisives. Leurs tailles miniatures, y compris lorsqu'ils s'étendent sur quelques centaines de milliers de m², fendent à la fois les immensités d'un espace planétaire et les durées.

Ils forment des sortes de cristaux des mondes dans lesquelles ils s'appliquent et avec lesquels ils se fabriquent, cristaux de leur réalité présente et cristaux de leur temporalité dans la série des répétitions. Ces cristaux diffractent la complexité de ces mondes et donnent à saisir et à éprouver leurs forces. Or ils s'appliquent partout et dans tous les temps. Les FSC ne seraient alors que de grandes semailles qui font pousser notre époque.

Ils créent des avant-postes, des lignes frontières de réalités qui semblent se repousser à mesure qu'elles se dessinent. Ils sont en quelques sortes des usines, constituant un filet de centres de production des réalités multiples de l'activité humaine distribués sur l'ensemble de la géographie planétaire. Ils ne peuvent qu'appeler les curiosités, les désirs de connaissances, les soifs d'explorateurs.

2. Débordements et nomadisme sur les filières, les territoires, les populations,

Chaque manifestation est toujours ailleurs, sur un morceau d'une réalité extérieure d'une filière, d'une communauté, d'un secteur d'activité. Et chaque lieu qui accueille cette manifestation devient, outre sa nature de bâti d'une ville, la coquille d'une autre ville, avec ses propres habitants.

Le Marché du Film à Cannes est autant segment de l'industrie du cinéma que machine d'exposition, autant île habitée par les acteurs

de cette industrie qu'espace de la ville de Cannes. Il existe une sorte de principe de débordement permanent de l'activité des FSC, jetant et projetant toujours ailleurs.

Reprenons ce trait de la culture des FSC le long du fil tendu entre sédentarisme et nomadisme. Les FSC forment bien des caravanes possibles, des grandes routes sur tous les continents possibles, qui offrent autant de

découvertes. Nous évoquons des machines à voir, que pouvons-nous voir ? Nous nous en tiendrons à trois grands horizons : les secteurs d'activité, les villes et les territoires, et les populations. Cela renforcera la description du champ des FSC comme FAIT COMPLEXE.

a. Débordement sur les secteurs d'activité.

L'activité des FSC peut nous conduire à explorer, certes, tout le spectre des sciences et de la production de la recherche, mais aussi bien le secteur de l'emballage, du bâtiment, de l'agriculture, de l'aéronautique, des vins, de la sous-traitance industrielle, de l'environnement, du design et du mobilier, de l'industrie automobile, de l'art contemporain, de l'édition, aujourd'hui des technologies digitales, et la liste serait longue des secteurs industriels. Et les ponts iraient aussi à l'autre rive de l'Economie Sociale et Solidaire, des partis politiques, des syndicats, des différents corps de métiers (notaires, expert-comptable, avocats, ...), des causes sociales pour l'enfance, pour la défense des consommateurs, de l'emploi, etc...

L'activité des FSC dissémine bien dans tous les champs possibles. A chaque fois, elle autorise, d'une manière ou d'une autre, une plongée dans ses univers spécifiques et toutes les observations. Et nous avons vu qu'ils sont autant des véhicules dans ces mondes qu'un part de ces mondes-mêmes. Ils deviennent tour à tour chaque autre monde. Leur puissance de dissémination semble immense.

b. Débordement sur la géographie

La dissémination géographique est aussi essentielle. Les manifestations comme les infrastructures s'ancrent bien dans un territoire, avec toute sa complexité, ses échelles urbaines, régionales, nationale et au-delà, ses

S'il était possible de « carotter » un salon, à l'instar des échantillons géologiques, serait alors possible de voir ce qui s'est passé sur des plages de temps longs.

mis en réseaux avec d'autres territoires, les cristallisations des excellences locales dans les registres de l'économie, de son histoire et de la culture, de la démographie.

Le cas est patent et compris pour des raisons d'investissement des pouvoirs publics ou en raison des articulations fonctionnelles avec le système du tourisme. Mais il est aussi réel sur l'interrogation de ce qu'est aujourd'hui un territoire, ses frontières, ses mises en relation avec d'autres territoires, sa fabrication comme complexe économique, social et politique.

Il est assez facilement lisible que des liens peuvent être établis entre la croissance urbaine mondiale et le développement des parcs des expositions, des centres de congrès et des manifestations. Les puissances des villes intègrent le levier des FSC dans leur stratégie. Et dans une planète de plus en plus urbanisée, les FSC comme autant de formes portuaires, de zone frontalière, de dedans-dehors appartiennent à toute réflexion sur la ville et à ses liens avec les réseaux des villes du monde.

Les sites mêmes des FSC, Parcs des expositions, Centres de Congrès, deviennent des objets urbains à part entière¹⁵, peu à peu mis en série et en continuité avec les autres segments des villes et des villes entre elles. Les métropoles deviennent puissances de décision en partie grâce à l'inclusion de l'activité des FSC.

Plus largement, les FSC sont autant dans la matérialité de la ville et de ses infrastructures que dans ses mécanismes immatériels de décision. Ils font grandir la ville et ses fonctions.

Leur dissémination sur la planète semble ainsi assurée et prometteuse avec la croissance exponentielle de l'urbain.

c. Débordement sur la démographie

Et au cœur de ses territoires et de ses villes, vivent les habitants, les populations. Comment ne pas faire le lien entre la croissance démographique exponentielle en cours, la multiplication quasi mécanique des frottements sociaux et des échanges, et le développement de l'activité des FSC, quelles que soient ces populations et, en même temps, dans le détail spécifique de chacune d'entre elles.

La population scientifique croît, tel ou tel champ de savoir, biotechnologie,

informatique, santé, environnement, etc, exige plus de chercheurs. Il y aura donc plus de congrès ou des congrès plus grands, et sur toute la planète, au-delà de l'Europe ou des Etats-Unis.

Les questions peuvent se multiplier et les réponses semblent pouvoir tourner favorablement. En quoi les dispositifs sociaux que sont les FSC peuvent contribuer à la gestion des populations si déterminantes pour les gouvernants, mais tout aussi bien pour les populations elles-mêmes dans la création de leurs liens sociaux ? La croissance des voyages et du nombre des voyageurs, les fragmentations multiples des communautés sur une planète de plus en plus petite ne produira-t-elle pas quasi naturellement un développement de l'activité des FSC ? Et l'observation sociale aussi bien que politique ne gagnera-t-elle pas à user des terrains multipliés des FSC dans le monde, dans toutes les sociétés, avec autant de diversité de normes et valeurs, de fonctionnement, de langages, etc... ? Et comment les dispositifs FSC, plus que des outils d'observation, peuvent devenir des modes d'intervention et de modification de la réalité sociale et de la vie des populations ?

3. Vers la culture et la troisième machine de germination

Le champ de la culture est un mélange de secteurs d'activité, de territoires et de populations. Nous en faisons un cas à part, parce qu'il permet de pointer un paradoxe de plus de l'activité des FSC, faits culturels majeurs, assez peu considérés en tant que tels. Les FSC sont à peine reconnus comme appartenant aux industries créatives, y compris par leurs propres acteurs professionnels.

L'Edition, l'Art contemporain, le Cinéma, L'Architecture, le Design, ...La Communication, le Digital font salons et congrès, avec parfois un caractère décisif (que serait le cinéma sans le festival de Cannes, que serait l'art contemporain sans ses foires internationales, ... ?). Les Médias, les plateformes digitales bien sûr peuvent se classer sous cette dénomination, les FSC non. Nous voyons bien pourtant que les germes poussent bien aussi dans ce jardin.

¹⁵ Voir les Cahiers n°1

Et peut-être pouvons-nous même évoquer une troisième machine de germination, après le triptyque Médias-Réalité-Microcosmos et la répétition dans le temps, celle de la machine culturelle. Les FSC sont des lieux de productions culturelles des milieux qui les utilisent : normes et valeurs y sont répétés, codes et symboles multiples, dramaturgies, rites, etc... Les FSC projettent donc bien sur tout le pan de la créativité, de la création et de la culture et portent eux-mêmes une machinerie de production culturelle, valable elle sur tout secteur.

Il faudrait détailler cette production et préciser combien elle est teintée par la culture même des métiers des FSC et de leurs professionnels. L'héritage de la culture des Foires ne doit pas peu peser dans le sens de l'ouverture, des visions géographiques, les formes des règles et mesures.

La culture du collectif, sans doute aussi de l'engagement, de la fête aussi et de la convivialité se transmettent bien de manifestation en manifestation. L'art de jouer avec le temps, les démarches de construction de projet, une certaine forme d'oralité n'apportent-ils pas quelques pièces de plus à la production culturelle qui a lieu dans chaque manifestation ?

Nous arriverons sans mal au rôle des FSC dans le sens même des dimensions culturelles des hommes et des citoyens. Les adversaires ne faisaient-ils pas trêve en temps de foire ? Et le débat démocratique ou les discussions entre pairs ne sont-ils pas rendus possibles sur les congrès ? Cultures et FSC se plient les uns sur les autres.

Il est donc bien illusoire de croire qu'un petit monde des FSC s'isolerait par ses traits culturels quand ses modes même d'existence reposent sur la traversée des cultures, du champ des industries créatives, les mécanismes même de ce qui fait que les hommes réunis produisent ensemble les signes de leur coexistence et de leurs proximités.

Conclusion

Les FSC débordent toujours hors d'eux-mêmes. Ils ne tiennent qu'en relation avec un dehors, ils n'existent que quand de l'autre côté de leur frontière un monde existe, une réalité tierce. N'est-ce pas une des explications possibles de leur invisibilité, jamais au fond définis dans leurs limites physiques, toujours en train de faire croître des mondes, qu'ils soient économiques, sociaux, scientifiques ou culturels ?

Nous avons réuni les Foires, Salons et Congrès en une ville éphémère, une sorte de ville graine clignotante : mais ce ne pouvait être que pour rire. Les consolidations chiffrées, telles que nous en avons fait l'exercice, ne dit rien de comment la vie économique et sociale se déploie. Que notre ville minuscule éclate en dizaine de milliers de manifestations plus minuscules mais essaimées et là se passent les croissances et les fertilisations.

Celles-ci passeront pourtant sous le regard théorique et nous resterons bien loin de l'idée que les FSC jouent aujourd'hui un rôle majeur dans l'économie mondiale.

Le triptyque Médiation-Réalité-Microcosmos, la machine de répétition, celle de production culturelle lancent à plein régime les blocs d'espace-temps sur la planète, que nous pouvons voir comme autant de gestes du dehors pour se saisir et exister, des formes de réflexions créatrices, de redoublements productifs. La distance n'est pas si grande d'imaginer les FSC comme les voies d'un monde qui apprend à se connaître lui-même. Et au fond quoi d'étonnant pour un monde où les hommes apprennent à faire connaissance et dans une économie et une société dite « de la connaissance » ?

Et cette connaissance ne se fera pas en un point mais par une multiplicité de zones intenses dans l'espace, dans les activités des hommes et dans le temps. Les forces des FSC ne sont pas dans l'addition de leurs forces et de leur quantité, mais dans leur dispersion et leur répétition, quand ils sont colonies de manifestations. Là ils deviennent principes de croissance, certes encore invisibles, mais terriblement efficaces, de notre temps. Autant dire que la seule intégration de la transformation digitale dans la profession n'est qu'un petit bout de l'avenir face aux effets des multiplicités physiques des FSC dans l'espace et le temps planétaires. ■

Cris, démonstrations et théâtre de foire : initiation aux voix fiéristiques

La conversation n'est pas encore considérée comme le dernier et plus beau trésor des Foires et Salons, son plus moderne aussi à notre temps digital. Cet article n'est alors qu'une initiation à l'oralité et aux voix des foires (les voix fiéristiques) en suivant la série des cris et des harangues, des démonstrations et du théâtre de foire qui disent déjà et répètent, avec les manières, combien pourtant celles-ci importent. Dans ce n° des Cahiers consacré aux proximités, il fallait au moins un petit signe qu'à se rapprocher on finit par s'entendre.

Peut-on ainsi le dire : la profession des Foires et Salons n'accorde pas assez d'importance à la conversation. Les « échanges », les « rencontres » passent les bouches et les palais comme des chariots de feux, mais les « conversations » ne sont pas encore nommées le trésor mirifique de cette profession. Trop évident peut-être et tout simplement. Pourtant les formats évoluent et intègrent conférences, speed dating, oralités et pitches de toutes sortes, ¹, à chaque fois un signe de plus que le trésor est bien là. Nous avons même découvert, en rencontrant une vingtaine de start uppers, que le plus important, l'essentiel sur les salons pour ces entrepreneurs de l'innovation, est ce tout petit bout de papier, la carte de visite, qui dessine l'introduction ou la conclusion d'une conversation sur un salon.

Et nous nous souvenons toujours de ce Clue train Manifesto² publié outre Atlantique au début des années 2000 par des gourous du jeune internet qui écrivaient « markets are

comme si le sujet insistait et montait de lui-même à la surface.

Nous savons aussi que le mot revient par la porte du digital, nous découvrons aussi de nouvelles solutions pleines d'avenir d'« écoute » du web et de mise en relation avec l'étude des datas recueillies sur les manifestations

conversations » comme sur les foires et marchés du...Moyen-âge. Ah bon, and the contemporary trade shows !!! Apparaissent aussi quelques signes dans des champs voisins, un festival des Conversations³, ou le média « The Conversation »⁴, sans compter l'extraordinaire film de Francis Ford Coppola, palme d'or en 1974, The Conversation⁵, lui-même constitué d'une des scènes (rares) sans doute les plus longues de l'histoire du cinéma, consacrée au salon : nous sommes donc dans l'actualité.

¹ Voir l'entretien avec Laurent Tripied, CEO de bziit dans les Cahiers N°4 de février 2019

² LEVINE Rick, LOCKE Christopher, DOC SEARLS, WEINBERGER David, The cluetrain manifesto, the end of business as usual, <http://www.cluetrain.com/>

³ <http://festivaldesconversations.org/>

⁴ <https://theconversation.com/fr>

⁵ Voir les Cahiers n°3 : FRANCIS FORD COPPOLA NOUS FAIT GAMBERGER SUR LES SALONS (THE CONVERSATION, 1974), p 21-32

Mais peut-être que dans notre monde des foires et salons, peut-être ne faut-il pas entrer bille en tête sur ce sujet, aussi léger soit-il sur les terrasses des cafés, dans les salons mondains ou pendant une soirée au téléphone. Nous chercherons donc quelques passages dans les foires et salons qui laissent sonner les voix, puisqu'il les faut elles-aussi pour que la conversation naisse. Or les voix ne manquent pas sur les Foires et Salons.

Ethnomusicologie du marché

Notre première découverte est déjà ancienne. Nous recherchions sur google s'il existait des références au mot « nundinographie » inventé par Pierre-Albert Clément pour décrire une science perdue des Foires et Marchés. Nous sommes tombés, et là encore le pli se fait entre internet et le monde des foires, puisque les moteurs de recherche du premier laissent partager un savoir sur le deuxième, sur un travail de maîtrise d'Olivier Féraud, en ethnomusicologie, « Les voix du marché, le cri du marchand et son écoute »⁶.

Le chercheur est paysagiste, ne serait-ce que parce qu'il reconnaît celui sonore des foires. Il est homme de théâtre, ne serait-ce que parce qu'il y reconnaît un espace scénique. Quelles sont les voix publiques sur les foires et marchés et comment elles deviennent publiques ? De la rhétorique du bateleur au cri marchand. Il existe des procédés, des techniques, tout un tissu de jeux d'actions.

Il est vrai qu'on ne crie pas sur les salons, mais s'y vocalisent bien des choses. Et nous savons que le verbe fait souvent apparaître. Là encore de la matière sonore à la matière visible existent de multiples ponts, mais aussi sûrement des crevasses infranchissables, à découvrir.

Les professionnels à écouter leurs manifestations y saisiraient les modes d'apparition et d'exposition au cœur de leur métier et de leurs manifestations, et ce que nous disent ces apparitions, toute cette

phénoménologie des FSC, de notre monde et de nous-mêmes.

La démonstration

Autrement, San Antonio a écrit « Foiridon à Morbac City ». Cela semble le seul titre un peu voisin des foires. Son dictionnaire⁷ à FOIR...passe par Foirade, mais l'origine n'est pas de nos Foires, jusqu'à foiridonaine, une fête donc, foiridonner, festoyer, foiriner, festoyer encore et foirinette, fête. Il est probable que nous aurions intérêt à foiriner un peu plus.

Ainsi le Trèpe est-il le nom donné par les démonstrateurs au chaland attiré. Il a fallu qu'il entrèpe sacrément le démonstrateur pour avoir tant de gens autour de lui, qu'il use de toutes ses techniques d'entrepape.

C'est en tout cas un des plaisirs que nous avons à lire l'article de Ronan Le Velly, « Les démonstrateurs de foires : des professionnels de l'interaction symbolique »⁸. Il n'y cite pas San Antonio mais il donne du

vocabulaire. Ainsi le Trèpe est-il le nom donné par les démonstrateurs au chaland attiré. Il a fallu qu'il entrèpe sacrément le démonstrateur pour avoir tant de gens autour de lui, qu'il use de toutes ses techniques d'entrepape. Qui le savait parmi vous lecteurs que le mot trèpe existait ? L'auteur le dit, il s'agit pour les démonstrateurs de « faire foire ».

Et à travers la « dem » (démonstration) se déploie les grands enjeux des foires même : la transmission, la création de communauté, l'humour, l'origine et la fabrication des produits, l'exception, l'articulation avec la politique et la vie de la cité, la création de confiance... Il n'est pas si sûr que cela n'ait pas aussi son sens dans le plus professionnel et le plus industriel des salons.

Sans doute ne s'agit-il plus du boniment enchanteur de la vente de balai magique, mais il s'agit toujours de savoir comment la parole et ses techniques contribuent à l'apparition de l'objet, à sa pédagogie, à ses modes d'existence dans un contexte du salon, plus largement d'une industrie, des sciences, d'une société.

Peut-être apprenons-nous qu'aujourd'hui une certaine parole, des conversations, un théâtre des mots et des pratiques de orales sur le même

⁶ FÉRAUD Olivier, Mémoire de maîtrise présenté à l'Université de Paris X Nanterre, directeur : Bernard Lortat-Jacob

⁷ LE DORAN Serge, PELLOUD Frédéric, ROSE Philippe, Dictionnaire San-Antonio, Ed. Fleuve Noir, 1993

⁸ LE VELLY Ronan, (2007), Les démonstrateurs de foires : des professionnels de l'interaction symbolique, Ethnologie française 37 :1, pp.143-151, manuscrit accessible sur HAL

espace scénique des objets sont nécessaires aux modes d'existence des objets techniques, pour qu'ils apparaissent, non pas seulement comme objets, mais pour qu'ils fonctionnent et soient mis en relation avec les autres éléments du système industriel.

Arrive le « coup du casque » qui est l'annonce du prix, elle est la plus tardive possible et ne se fait pas sans condition, il faut souvent un « baron », client volontaire, acheteur sûr que les autres clients suivront. Attention aux « renauds », à ses clients sceptiques, interrogatifs et ratiocinateurs, ils tuent l'interaction quand ce n'est pas la « foiridondaine ».

Et le théâtre de foire

Lors de la représentation d'une pièce de théâtre sur une Foire du 21^{ème} siècle⁹, l'un des acteurs se dirige vers le public en partie debout et se charge de le haranguer, plus encore de l'avertir sur le zèle commercial des exposants. Cette manière d'être critique et provocatrice, d'en appeler au public, de le titiller, de se moquer de lui comme des exposants appartient à la tradition du Théâtre de Foire.

Le directeur de la troupe avait lui-même cette ambition d'un théâtre forain. Il existe un trésor dans la tradition des Foires, son théâtre, né à la fin du 17^{ème} siècle, disparu à la fin du 18^{ème}, mais transformé dans les théâtres populaires, les théâtres de boulevard, le théâtre de rue, l'Opéra-comique, jusqu'à aujourd'hui pouvoir réapparaître tout entier dans les actes d'une troupe du 21^{ème} siècle.

Des chercheurs passionnés, et combattants sûrement, s'intéressent au Théâtre de Foire¹⁰ et rendent possible sa redécouverte, non sans

regretter parfois l'ignorance dans laquelle il est, voire le mépris à son encontre¹¹.

Le théâtre des foires peut nous apprendre bien des choses.

Certes les moqueries, les monologues, les chants, les silences acrobatiques, les monstruosité ou les adultères coquins, les rixes contre le pouvoir, ne sont peut-être pas ce qui facilitera les discussions d'affaires, ni même le réseautage le plus ficelé, mais ils mettront sur la voie d'une conscience de la parole théâtralisée et de la vaste tradition des foires des 17^{ème} et 18^{ème} siècle, peut-être ce qui reconduira vers ces siècles qui jouaient la conversation dans toute sa largeur.

Et le théâtre des Foires est par nature au cœur du marchand. Il ne tiendrait qu'à une volonté des organisateurs de Foires de soutenir la création artistique dans leurs manifestations et de préférer – ou d'ajouter - à leurs expositions thématiques, les mouvements vivants d'un théâtre de foire réinventé.

(...) les moqueries, les monologues, les chants, les silences acrobatiques, les monstruosité ou les adultères coquins, les rixes contre le pouvoir, (...) mettront sur la voie d'une conscience de la parole théâtralisée et de la vaste tradition des foires des 17^{ème} et 18^{ème} siècle, peut-être ce qui reconduira vers des siècles qui jouaient la conversation dans toute sa largeur.

En laissant l'espace à l'expression des comédiens et du public appelé et sollicité, les organisateurs de foires redonnent à leurs allées un statut de lieu public, de marge ouverte entre les espaces privatisés du marchand et par

conséquent une liberté nouvelle de choisir ou pas la consommation et la relation avec l'exposant. Il n'est pas sûr que la liberté soit nocive au commerce.

Plus largement ils accomplissent un geste profond de fidélité aux foires qui ne peuvent pas respirer à plein poumon sans être aussi un champ de culture et de fiction. Ajoutons que le théâtre, ses acteurs, ses réalisateurs, ses

⁹ Il s'agit de la représentation de la pièce « Projection privée »⁹ lors de la Foire de Toulouse de 2013 par la compagnie Les Escholiers de Plaisance-sur-Touche

¹⁰ Par exemple : PAUL-MARCTEAU Agnès. Les auteurs du théâtre de la foire à Paris au XVIII^{ème} siècle. In : Bibliothèque de l'école des chartes 1983, tome 141, livraison 2, pp. 307-335. ; Le théâtre de foire au XVIII^{ème} siècle, DOMINIQUE LURCEL, édition 10/18, 1998 ; voir aussi le colloque de mai 2015 de Créativité et Territoires au sein de l'Espace Mendès France

de Poitiers : <http://emf.fr/21442/le-role-des-foires-comme-lieu-dechanges-et-de-creativite-dans-les-territoires/> ; le rôle des foires comme lieu d'échanges et de créativité dans les territoires et l'intervention de Dominique Lurcel, metteur en scène, auteur de Théâtre de Foire au XVIII^{ème} (Éd. 10-18, 1983), et de Le Théâtre de la Foire (Folio Théâtre, 2014) ;

¹¹ VENARD MICHELE, La Foire entre en scène, préface de Georges Couton, Librairie théâtrale, 1985

techniciens trouveraient là une scène heureuse de leur expression et de leur vie possible.

Les foires et salons gagneraient à exister des déplacements de rapports de force, des zones d'autonomie, d'une part de démocratie supplémentaire qui germeraient en leur sein. Ce n'est pas utopique, ce n'est que le prolongement de la nature même de zone franche des foires, zones franches qu'elles doivent être pour remplir leur rôle dans l'économie et la société, y compris dans les champs les plus industriels et qui laisseraient penser (mais il faut aller dans les salons pour se rassurer) que le seul sérieux a le droit de cité.

En France, à l'Université de Nantes existe depuis plus de quinze ans le Centre d'Etudes des Théâtres de la Foire et de la Comédie-Italienne (CETHEFI)¹². Nous sommes certains que les organisateurs de Foires, amoureux des Foires, ne seraient pas insensibles à une telle découverte. Et peut-être que les chercheurs eux-mêmes n'échapperaient pas à une tentation de la Foire.

Conclusion

Cris, démonstrations et théâtre de foire ont constitué et constituent une part de la bande-son des foires et salons. Encore un pas et nous pourrions plus clairement ajouter, à cette série, les conversations qui ouvrent, elles aussi, des paysages, des espaces scéniques, des jeux de rôles, des codes et des libertés.

L'oralité et les voix ont besoin d'air et d'aire pour exister, la construction d'espace de liberté, à la fois pour prendre les manières dont elles ont besoin et pour laisser aux parleurs, aux femmes et aux hommes de ces voix les possibilités d'y jouer les personnages et de prendre les postures qui leur conviennent.

Les foires et salons exposent et montrent, le visuel, la bande-image, l'emporte sur le son. Et la profession, prise sans doute par ses réflexes du monde visible n'écoute pas assez les sons

invisibles. C'est pourtant pour eux que l'exposition, le visible a lieu, pour que les gens se parlent et jouent leur théâtre et c'est grâce à eux peut-être que le visible est vraiment visible, les cris appelant le regard, la démonstration donnant aux objets le mouvement de leur animation et le théâtre les forces d'un espace en bataille.

La profession aura sans doute raison d'essayer d'écouter sa bande-son et de saisir combien elle fait voir. Une foire sans parole et sans voix n'est pas une foire. Ses bruits ne sonnent plus si personne ne discute. Il faut donc pouvoir s'entendre, être à quelques dizaines de centimètres et pouvoir converser, voire peut-être chuchoter. Les voix ont besoin de franchir les bonnes distances pour garder leur efficacité et c'est pour elles que les participants parcourent souvent les plus grandes. Tout cela pour se parler et pour s'entendre. Le cœur des proximités des Foires et Salons est avant tout sonore. ■

...La suite

au prochain numéro

**Recherche lisible
aussi sur
www.nundinotopia**

¹² <http://cethefi.org/>, dirigé par Mme Rubellin. Ce centre s'inscrit dans la lignée des travaux de l'anglais Barry Russell et du canadien David Trott qui se sont tous deux passionnés pour le théâtre de Foire, né à Paris, à la Foire Saint-Germain et à la Foire Saint-Laurent. Le premier avait mis en ligne un site internet dédié au Théâtre des Foires, il est encore en ligne et ne demande que par être consulté (que les organisateurs de Foires mettent le lien sur leur site ?) : <http://www.foires.univ-nantes.fr/>; voir aussi RUBELLIN Françoise, Les scènes de reconnaissance dans le théâtre de Piron, 2013 Arrêt Sur Scène, <http://www.ircl.cnrs.fr/index.html>; voir aussi : TROTT David, Le théâtre de foire à l'époque révolutionnaire : rupture ou continuité, in Les Arts de la scène & la révolution française,

sous la direction de Philippe Bourdin et Gérard Loubinaux, Presse Universitaires Blaise-Pascal, Musée de la Révolution française, 2004; TROTT David « Je suis le parrain de l'Opéra-Comique » : l'apport de Louis Fuzelier au Théâtre de la Foire, communication prononcée lors du colloque « Les théâtres de la Foire 1678-1762 » organisé à Nantes par Françoise Rubellin les 29 et 30 avril 1999, texte accessible sur le site du CETHEFI; ou <http://homes.chass.utoronto.ca/~trott/courses/fre1800/index.html>

