Université de Lille

SESAM Sciences économiques, sociales, de l'aménagement et du management
École Doctorale n°73

Rencontres dans l'Economie et la Société de la Connaissance : l'opportunité stratégique de la constitution d'une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès

Thèse en vue de l'obtention

du titre de Docteur ès Sciences de Gestion

Présentée et soutenue par Marc HALPERT,
le 28 Octobre 2020.

Jury

Yoann BAZIN, Professeur associé, Ecole de Management de Normandie, président,
Jacques SPINDLER, Professeur des Universités, Université de Nice (IAE), rapporteur,
Alain ANTOINE, Maître de conférences, HDR, Université de Lorraine, rapporteur,
Pierre LOUART, Professeur des Universités, Université de Lille (IAE), directeur de thèse,
Aude DUCROQUET, Maître de conférences, Université d'Angers - UFR ESTHUA Tourisme et Culture, codirectrice de thèse,
Joëlle LOIRET, Consultante, professionnelle invitée.

L'université n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans cette thèse. Ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

A Pierre-Albert CLEMENT,
Nundinographe

Remerciements

Cette thèse n'est pas une thèse de printemps, mais d'un peu plus tard dans l'année. Elle arrive après plus d'une quinzaine d'années d'expérience professionnelle dans le monde de l'évènement, en particulier des Foires, Salons et Congrès et quelques années de plus dans la vie active. Au temps heureux et rétrospectif des remerciements, l'adresse ne peut qu'embrasser un monde généreux et large : les personnes présentes au temps du travail et de la rédaction de ce projet universitaire, celles un peu plus tôt qui furent sur les chemins d'une idée un peu obstinée de croire à l'opportunité si grande de développer une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès. Toutes ont eu le sens suffisant des libéralités pour la laisser tenir quelques bouts dans le réel ou d'en faciliter l'énergie. Il semble qu'il n'y ait pas de liberté sans amis.

Cette thèse n'aurait jamais existé sans l'attention portée par Aude DUCROQUET à mes bricolages de recherche sur les Foires, Salons et Congrès depuis plusieurs années. Aude DUCROQUET a eu l'idée de me proposer cette aventure. Il fallait cette déviation. Je la remercie de tout cœur pour ce geste. Elle a aussi consacré du temps décisif quand celui-ci peut manquer à suivre mes efforts et mes progressions, à retenir aussi mes exagérations et à me guider vers plus de sérieux. Je te dois, Aude, un autre merci.

J'ai alors pu faire la rencontre qui fut pour moi heureuse de Pierre LOUART qui a dirigé avec souplesse et tolérance, mon travail depuis trois ans. Je sais que c'est un art difficile de faire tourner un bateau qui prend parfois le sable dans le verbe, les idées et les passions. Comment conduire à lâcher les objets trop lourds, à se débarrasser de l'inutile, à explorer ailleurs quand le chemin a déjà ses pavés, ses illusions égotistes et qu'il faut les quitter. Il faut être diplomate, rusé et sans doute de l'intelligence d'un Ulysse. Un très grand merci à toi, Pierre.

Je voudrais aussi remercier Monsieur Jacques SPINDLER, Monsieur Alain ANTOINE et Monsieur Yoann BAZIN d'avoir accepté d'être membres du jury. Ils ont dû consacrer le temps précieux de leur recherche et de leur enseignement à la lecture de mon travail. Leurs remarques m'ont aussi conduit à faire évoluer ma rédaction. Leurs premiers commentaires furent pour moi un encouragement.

Les foires sont des histoires d'amitiés souvent, de reconnaissance aussi. Le présent n'y est jamais sans la pulsation du passé même le jour de la première fois, sans le champ de l'avenir, même le dernier jour. Je voudrais remercier, ils ne le savent pas : François-Bernard MARTIN, qui dirigeait Congrès et Expositions de Bordeaux et qui m'a recruté alors que j'ignorais tout du monde fiéristique et congressuel. Il a fait preuve d'un libéralisme avec mes idées que je peux mieux reconnaître aujourd'hui. Je serai passé sans lui à côté de ce monde ! Ô malheur ; Patrice VASSAL qui dirige le Parc des Expositions et le Centre de Congrès Pierre Baudis à Toulouse pour GL events, qui m'a laissé pendant cinq ans, en plus de mes activités opérationnelles, le champ ouvert pour construire des projets de Recherche. Le mouvement était beau car, après tout, l'entreprise fiéristique ne se jette pas si facilement dans le monde de la recherche, alors même pourtant qu'elle est si intranquille à refaire le monde durant les manifestations et leurs tourbillons.

A ma grande surprise, je faisais connaissance avec Joëlle LOIRET dans un jury de recrutement. Et je pouvais replonger jusqu'aux cheveux dans le monde des Foires, Salons et Congrès. Et Joëlle a toujours regardé avec bienveillance mon travail. Elle a même accepté d'être présente dans le jury de la soutenance. Un grand merci, Joëlle.

Je pense à mes co-équipières et co-équipiers pendant ces années à Bordeaux, Toulouse ou Poitiers. Peut-être seraient-ils étonnés que je pense à eux dans les remerciements d'une thèse. Ils me pardonneront de ne pas tous les citer. A Poitiers, quelle drôle d'histoire, âpre, politique, si vivace et étonnement fantastique. Marie, Natacha, Jérôme, Jean-Pierre, Philippe, Marianne, Myriam, Xavier, quelle foire !

Je pense à mon ami fiéristique Alain DEFILS, sûr d'avoir les pieds bien plus sur terre que moi. Je pense à Françoise FROUIN, amoureuse, résistante et combattante des foires, et sans doute de la vie en général.

L'essentiel d'une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès tient par les rencontres entre les professionnels et les chercheurs. Cette thèse est un écho aux échanges, voilà plus de dix ans, avec Marie-Christine JAILLET, alors Vice-présidente de l'Université du Mirail (maintenant Université Toulouse-Jean Jaurès) et Cyrille MUNOZ, alors Responsable de la Valorisation. Les liens entre l'Université et l'Entreprise leur

paraissaient importants. Rien de possible sans eux. Je m'en souviens bien et je les remercie.

Je remercie les chercheurs des laboratoires de l'Université de Toulouse qui ont accepté de prendre du temps, plus que de raison sur les Foires, Salons et Congrès, au risque même quelques fois de dire ce qu'ils pouvaient *dans* le champ bien réel et bruyant des foires elles-mêmes. Je pense, par-delà le temps qui passe, à Franck COCHOY, à Pascal GAILLARD, à Julien TARDIEU, à Caroline DATCHARY, à Johann CHAULET, à Judicaël PETROWISTE, à Claude DENJEAN, à Jack THOMAS, à Jean-Marie PAILLER, à Béatrice MILARD. Je ne peux pas oublier aussi Bernard SEIDEN des Editions Midi-Pyrénéennes.

Une grande part de cette thèse repose sur des entretiens menés auprès de plus de 70 personnes, femmes et hommes parmi les professionnels des Foires, Salons et Congrès, organisateurs, prestataires et gestionnaires, de sites, et aussi les acteurs de fédérations, de ministères, de collectivités, des élus, des professionnels d'entreprises clientes, et parmi les acteurs de la Recherche et de l'Innovation, directeurs d'institution, directeurs de recherche, enseignants-chercheurs, experts de communication scientifique, responsables de structures de valorisation, engagés dans la Culture Scientifique Technique et Industrielle. Elles ont accueilli avec la plus grande sympathie mes interrogations. Elles ont montré toute leur disponibilité pour répondre. Elles ne manquaient jamais ni de passions, ni d'engagements. Je les remercie très vivement et pense encore souvent à nos rencontres.

Sylvie CHRISTOFLE, qui, dans ses recherches, s'est tant consacrée aux congrès, n'a jamais manqué de m'encourager dans mon travail depuis des années. Merci.

Nathalie FABRY a envisagé que mes avancées pouvaient avoir quelques légitimités pour un enseignement à des futurs professionnels. Merci.

Encore récemment, merci à Monique MARTINEZ d'avoir en satellite à une nouvelle « congréturgie » donner un peu d'espace pour mes essais.

Je remercie aussi André TORRE, Guillaume FAVRE, Harald BATHELT, tous chercheurs investis dans des recherches qui touchent souvent au cœur des Salons et des Congrès.

Michel SAUNIER, architecte passionné des foires et salons, investi dans l'éphémère fiéristique, a accepté de partager avec moi ses réflexions et ses visions. L'architecture et l'urbanisme seront des clefs de l'évènement d'une manière ou d'une autre. Merci Michel.

Et je remercie aussi Philippe SINET à la croisée des sciences et des congrès.

Je n'aurais pas pu éprouver les joies des croisements de la Culture scientifique technique et industrielle (CSTI) et des foires et salons sans Didier MOREAU de l'Espace Mendès France à Poitiers. Combien les liens entre la CSTI et les évènements restent à explorer. Et les FSC eurent même leur place dans « Créativité et Territoires » avec Jacky DENIEUL. Et comment ne pas remercier Jocelyne et François MARTIN-BERGE de l'Association « Le Jardin de Michel Foucault à Vendeuvre du Poitou ». FOUCAULT sur une Foire : oui. Merci à Joseph BEAU qui n'imagine sans doute pas d'être ainsi cité au milieu de tant de mots : la fête foraine a beaucoup à nous apprendre, n'était-elle pas aussi là pour la Science et ne nous fait-elle pas éprouver les folies de la gravité, les mystères du monstrueux, les limites fluctuantes de nos corps, nos ambiguïtés sociales, les forces étranges aussi de nos villes qui veulent les taire ?

Depuis plus d'un an, je travaille dans un Centre de Culture Scientifique Technique et Industrielle, Cap Sciences à Bordeaux. J'apprends tous les jours auprès de mes collègues artisans de la médiation de culture scientifique et je retrouve aussi les puissances foraines et fiéristiques de ce métier. Je les remercie. Quand c'est possible, ils reviennent avec les tentes et les gestes des troupes de théâtre. C'est là que les choses peuvent se passer, c'est là que la forêt abrite et perd.

Combien de fois, depuis si longtemps, avons-nous pu échanger avec Vincent LARQUET sur ces idées de recherche, avec parfois des incises de collaboration. Il explore lui-même tant de champs, avant tout terrestres ! En 2012, au Congrès de la FSCEF, pas encore nommée UNIMEV, les enjeux de la recherche et de l'Innovation dans les FSC ont eu voix au chapitre en partie grâce à lui. Je le remercie. Il m'a permis plus d'une fois de présenter mon travail, de le rendre lisible au sein de la profession.

Je pense aussi à l'ensemble de l'équipe de l'UNIMEV qui, d'une manière ou d'une autre, pendant toutes ces années, où nous nous sommes salués et croisés, n'a

manqué de signes d'amitié. C'était aussi un plaisir de participer au projet de l' « Innovatoire ». Et je remercie Anthony FAURE d'avoir pensé que mes réflexions pouvaient y jouer quelques lignes.

Hervé BOUSSANGE de la Gazette des Salons, en quelques mots au téléphone, m'a permis un jour de donner une autre échelle à mes recherches. Il a toujours, avec amitié, accompagné mes essais et même mes risques littéraires et fiéristiques. Je lui dois plus d'un merci. Grâce à lui et à la Gazette des Salons, seul média dédié entièrement aux foires et salons en France, j'ai pu franchir les frontières de l'espace public. Et je pense aussi à Christine HUGOT qui mène avec lui le projet de la Gazette.

Et Patrice PERRET, qui prend le risque d'organiser chaque année deux congrès dans la filière de l'évènement : il s'est toujours intéressé à mes explorations et il m'a laissé une place à deux reprises dans ses programmes. Et combien nos échanges amicaux m'ont permis de rester lié avec la diversité des situations de la profession. Evidemment merci.

Alors que nous sortons peu à peu de la pandémie du COVID 19, je remercie vivement Bruno MILLET, Commissaire général du Salon de l'Agriculture de Nouvelle-Aquitaine de m'avoir invité à participer à la construction, en quelques semaines, de son audacieux projet de faire vivre sur le digital son évènement qui ne pouvait cette année se tenir physiquement. Sa Semaine de l'Agriculture Nouvelle-Aquitaine en mai dernier fut une réussite et permettait de contribuer en direct à la vie d'un salon qui ne veut pas être réduit au silence. Les filières et les territoires, l'Agriculture, la question de la transition écologique, la Recherche et l'Innovation ont bien besoin des évènements et de ceux qui prennent de leur cœur pour les faire. Je le remercie pour son amitié et sa confiance. Ce qu'il a fait, avec son équipe, avec la Chambre d'Agriculture de Nouvelle-Aquitaine, peut servir d'exemple au-delà des frontières locales et du seul champ de l'Agriculture.

Laurent TRIPIED me fait l'amitié d'échanger sur les progrès de sa jeune entreprise bziiit et de sa plateforme d'intelligence artificielle de traitement des datas qu'il dessine avec ses ingénieurs à la mesure des enjeux de l'évènementiel. Il peut apporter beaucoup à l'ensemble de la filière. Son travail est aujourd'hui unique dans le monde de l'évènement, en France et ailleurs. Il est sûrement au cœur des leviers pour mieux

appréhendée l'opportunité d'une Recherche et Innovation dans les FSC. Je le remercie fiéristiquement.

Je remercie Florence KASSI, son geste au bon moment.

Et pour les derniers mots, en faisant mes premiers pas dans l'univers des Foires, Salons et Congrès, je rencontrais mon ami Henri. Nous avons palabré des centaines de jours depuis sur ce monde fiéristique extraordinaire et ce n'est pas fini. Il s'est associé à mes essais sans jamais hésiter. Pas de liberté fiéristique sans cet ami donc.

SOMMAIRE

Remerciements

SOMMAIRE

Liste des abréviations

INTRODUCTION GENERALE

VOLET 1 : LA THESE EN BREF

I. Introduction
II. Périmètre et définition : Aller au-delà des manifestations et unir Foires, Salons et Congrès dans une même série
III. De la connaissance des foires, salons et congrès aux foires, salons, congres de la connaissance
IV. Désir et créativité
V. Recherche et innovation dans les Foires, Salons et Congrès
VI. Conclusion

VOLET 2 : LA THESE EN DETAIL

PARTIE I. PERIMETRE ET DEFINITION : Aller au-delà des manifestations et unir Foires, Salons et Congrès dans une même série.

I. Au-delà des manifestations
II. Une recherche de définition des Foires, Salons et Congrès
III. L'Evènement : trouble et symptôme d'une quête du temps et du présent
IV. La production des Foires, Salons et Congrès
V. Le bord collé du tourisme
VI. Conclusion

PARTIE II. DE LA CONNAISSANCE DES FOIRES, SALONS ET CONGRES AUX FOIRES, SALONS, CONGRES DE LA CONNAISSANCE

I. Un paysage clairsemé de recherche sur les Foires, Salons et Congrès
II. Une ligne de fuite vers la Connaissance
III. Le chemin de la Connaissance vers une recherche dans les Foires, Salons et Congrès
IV. Conclusion de la partie II

PARTIE III. DESIR ET CREATIVITE

I. PREAMBULE : Elaboration de l'enquête
II. Existe-t-il un désir de Recherche et d'Innovation dans les Foires, Salons et Congrès ?
III. La créativité des professionnels des Foires, Salons et Congrès : manières de chercher et d'innover

PARTIE IV. RECHERCHE ET INNOVATION

I. Identification des fonctions de connaissance pour construire les bases d'une stratégie de Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès
II. Définition d'un système possible de la connaissance et de ses objectifs
III. Le rôle central des évènements pour construire la stratégie, l'émergence des évènements-recherches
IV. Les rencontres

CONCLUSION GENERALE

BIBLIOGRAPHIE

TABLE DES MATIERES

TABLE DES FIGURES

TABLE DES TABLEAUX

ANNEXES

Liste des abréviations

AEFI, l'Association des foires et salons italiens, Associazione Esposizioni e Fiere Italiane,

AEO, Association of Event Organisers, Association britannique des organisateurs de foires et salons,

AFE, Asociación de Ferias Españolas,

AIVFC, l'Association Internationale des Villes Francophones de Congrès (renommée Coesio)

AUMA, Ausstellungs-und Messe Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (Fédération allemande des Foires, Salons et Expositions),

BATX, Baudi, Alibaba, Tencent et Xiamo,

BIE, Bureau International des Expositions,

IELA, International Exhibition Logistics Association,

CEIR, Center for Exhibition Industry Research,

CERTOP, Centre d'Etude et de Recherche Travail Organisation Pouvoir.

CIFRE, Convention Industrielle de Formation par la Recherche,

CSTI, Culture Scientifique Technique et Industrielle,

CCSTI, Centre de Culture Scientifique, Technique et Industrielle,

DGE, Direction Générale des Entreprises, Ministère de l'Economie et des Finances

EMECA, European Major Exhibition Centres Association,

FAMAB, FAchverband Messe- und AusstellungsBau, aujourd'hui Kommunkation Verband e.V (Fédération allemande des prestataires pour la construction des stands)

FCE, Field Configuring Event

FSC, Foires, Salons, Congrès

FKM, Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messen- und Austellungszahlen (organisme de certification des fréquentations en Allemagne)

GAFA, Google, Apple, Facebook, Amazon,

IAEE, International Association of Exhibitions and Events,

IAPCO, International Association of Professional Congress Organizers,

ICCA, International Congress and Convention Association,

IFES, the International Federation and Exhibition and Event Services,

JMIC, Joint Meeting Industry Council,

KM, Knowledge Management,

MAK, le Messearbeitskreis Wissenschaft (Le Cercle de Travail des Foires pour la Science),

MPI, Meeting Professionals International,

NATU, Netflix, Airbnb, Tesla, Uber,

OCDE, Organisation de Coopération et de Développement Economiques

OJS, Office de Justification des Statistiques

OPIIEC, Observatoire des métiers du numérique, de l'ingénierie, du conseil et de l'évènement

PCO, Professional Congress Organizers,

RI, Recherche et Innovation

RIFEL, Research Institute For Exhibition and Live-Communication

SATT, Société d'Accélération du Tranfert de Technologies,

SHS, Sciences Humaines et Sociales,

SISO, Society of Independent Show Organizers,

SYNPEXE, le Syndicat National des Prestataires de l'Exposition et de l'Evénement,

UIA, Union of International Associations

UE, Union Européenne

UFI, The Global Association of the Exhibition Industry,

UNESCO, Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture

UNIMEV, Union française des Métiers de l'Evénement.

INTRODUCTION GENERALE

Jamais il n'y eut autant de Foires, Salons, Congrès (FSC) et plus largement d'évènements de rencontres physiques dans le monde qu'aujourd'hui. Et plus de vingt ans de révolution digitale ne le contredisent pas. Il n'est pas sûr que cela soit su ou fasse partie des certitudes des professionnels de l'évènement, ni même des économistes ou des politiques. De manière simple, l'assiette des relations et des réseaux humains est en pleine expansion : croissance démographique, urbanisation exponentielle, internationalisation des marchés, passage à l'ère numérique. Et nous sommes dans un contexte d'une économie et d'une société largement orientées par les enjeux de la Connaissance encastrées profondément dans les réseaux et les rencontres, les plateformes de mise en relation, la création de milieux et de proximités de toutes sortes, physiques et virtuelles, où il devient possible de faire justement connaissance. Foires, Salons, Congrès, Recherche et Innovation y jouent chacun de fait un rôle. Mais sans doute la Recherche et l'Innovation tiennent-elles leur place sur cette scène de manière plus évidente que l'activité des Foires, Salons et Congrès. Celle-là reste dans l'ombre, ses potentialités et ses puissances mal connues.

« Foires, Salons, Congrès, Recherche et Innovation » ne constituent pas ensemble un énoncé réel et existant de notre temps. La Recherche et Innovation sera autant entendue comme processus possible au sein de l'activité des Foires, Salons et Congrès que comme monde de la Recherche et de l'Innovation avec ses propres mécanismes, enjeux et intérêts.

Mais alors que commence cette introduction, paraît-il impossible de la poursuivre sans tenir compte de l'irruption de la pandémie du COVID 19, même si le travail de cette thèse date d'avant le 16 mars 2020, départ du confinement en France. Le lecteur (comme le rédacteur) de cette thèse aura vécu, d'une manière ou d'une autre, cet évènement.

L'évènement global COVID 19 plonge le secteur de l'évènement (ou de l'évènementiel), dont font partie les Foires, Salons et Congrès, dans une crise inédite et profonde. Nous entrons dans une ère d'immense inquiétude de la profession, où elle s'interroge à la fois sur sa survie, sa nécessité, son rôle et son sens dans notre économie et notre société. Ses doutes ne sont pas soudains, ils étaient déjà présents, mais sans la chute réelle de l'épée de Damoclès. Elle est maintenant là sans le moindre repos. Et l'épée tombe deux fois : la première fois en arrêtant le cours de l'activité, la deuxième en faisant apparaître en même temps que la grande vague d'annulation d'évènements, puis de reports, puis de reports de reports, la naissance parallèle de substitutions parfois très créatives des manifestations physiques par des évènements digitaux. Voilà que les évènements, et en particulier les Foires, Salons et Congrès, ne seraient même plus de notre temps. L'évènement COVID conjuguerait le monde des évènements « physiques » au passé. Heureusement les professionnels ne jettent pas aussi vite leur bouclier à terre, mais leur intranquillité ne s'efface toutefois pas. Au fond les professionnels ont-ils jamais mesuré combien les FSC et les évènements « physiques » étaient modernes, et cela avant le COVID, mais après plus de 20 ans d'internet sans remise en cause de leur modèle ? Or là, en grande partie, se tient la réponse qu'ils pourraient donner le « jour d'après », ou tout au moins dans le devenir qui est maintenant en cours et dans lequel ils ont un rôle à jouer. Savons-nous plus largement combien l'avenir des évènements, alors que l'évènement du COVID 19 peut conduire à des évolutions fortes et des remises en cause de ce secteur, est lié à notre manière d'être contemporain, à ce que nous sommes dans notre présent ?

C'est ce savoir que notre thèse va interroger, savoir combien les évènements organisés, d'abord sur le périmètre des foires, salons et congrès, appartiennent plus que jamais à notre siècle. La question était là avant la pandémie, celle-là la jette plus encore sous les feux de la rampe.

Et cette question sera d'autant plus ample, que cette modernité dans laquelle nous sommes se définit en grande part comme économie et société de la connaissance. Notre hypothèse est que le cœur des transformations de la filière de l'évènement se tient dans ses rapports avec la Connaissance, aujourd'hui méconnus ou sous-estimés. L'évènement du COVID 19 pourrait accentuer l'importance de cette hypothèse et la force des enjeux que nous chercherons à analyser.

L'activité des Foires, Salons et Congrès (FSC) considérée englobera les manifestations en tant que telles, l'ensemble des rencontres et réseaux qui s'y fabriquent, les infrastructures et les lieux de leurs occurrences, les professionnels de l'organisation de manifestations, de gestion de sites et de prestations de services, les acteurs publics qui opèrent dans cette activité, les relations avec les marchés, les filières et les territoires impliqués, en France, en Europe et dans le monde. Le périmètre de cette thèse se limitera aux Foires, Salons et Congrès, malgré la prédominance croissante de la notion unificatrice de l' « événement » et bien que cette dernière notion contribue à traduire les évolutions du métier. Elle serait là trop simplificatrice et occulterait la richesse des perspectives qu'offrent les rapports entre Foires, Salons et Congrès, et Recherche et Innovation.

Nous emploierons l'expression Recherche et Innovation, mais il serait plus exact de détailler Recherche, Développement et Innovation (RDI). Nous entendons bien Recherche dans son extension de R&D. L'expression Recherche et Innovation se retrouve, par exemple, dans la dénomination en France du Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation[1], dans l'expression utilisée dans les politiques régionales de « Schéma Régional de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation », dans les documents de l'Union Européenne[2].

La Recherche est donc entendue comme Recherche et Développement et nous suivons les définitions données par le Manuel Frascati[3] de l'OCDE. Le terme R&D

[1] Gouvernement Macron en date de juillet 2018

[2] https://europa.eu/european-union/topics/research-innovation_fr

[3] FRASCATI MANUAL 2015, publication de l'OCDE. « Research and experimental development (R&D) comprise creative and systematic work undertaken in order to increase the stock of knowledge – including knowledge of humankind, culture and society – and to devise new applications of available knowledge".

couvre trois types d'activité : la Recherche fondamentale, la Recherche appliquée et le Développement expérimental[1]. L'Innovation est bien à distinguer de la recherche dont elle est pour tout ou partie indépendante, par ses process, ses parties prenantes, sa relation avec les marchés[2], par sa mobilisation de connaissance existante, y compris non scientifique, et de pratiques de mise en marché. La valorisation de la recherche est du côté de l'innovation.

Comme l'univers des Foires, Salons et Congrès est celui des rencontres, nous entendrons toujours sous la rubrique générale du monde de la Recherche et de l'Innovation un vaste ensemble d'acteurs, chercheurs, enseignants-chercheurs, ingénieurs, techniciens, administratifs, politiques, dans une série d'organismes publics et privés, quels que soient les disciplines scientifiques ou les domaines techniques sollicités : universités et écoles, laboratoires, agences de recherche, agences d'innovation, unités de valorisation, organismes et antennes spécifiques des collectivités ou des gouvernements, département de R&D des entreprises et plus largement pôle d'innovation, de marketing et d'innovation, fondations privées, pôles de compétitivité, clusters, plateformes techniques, …à l'échelle d'un territoire d'une métropole, d'une région, d'un pays, de l'Europe, au-delà.

Notre travail ne peut être ni celui d'un spécialiste en méthode de R&D, ni celui d'un expert en définition des politiques et des stratégies de politique de recherche et d'innovation. Nous faisons, nous le chemin, des FSC vers la Recherche et l'Innovation,

[1] FRASCATI MANUEL 2015, p.49 : "The term R&D covers three types of activity: basic research, applied research and experimental development. Basic research is experimental or theoretical work undertaken primarily to acquire new knowledge of the underlying foundations of phenomena and observable facts, without any particular application or use in view. Applied research is original investigation undertaken in order to acquire new knowledge. It is, however, directed primarily towards a specific, practical aim or objective. Experimental development is systematic work, drawing on knowledge gained from research and practical experience and producing additional knowledge, which is directed to producing new products or processes or to improving existing products or processes"

[2] FRASCATI MANUEL 2015, P.60 "(Innovation) has to do with putting new or significantly improved products on the market or finding better ways (through new or significantly improved processes and methods) of getting products to the market. R&D may or may not be part of the activity of innovation, but it is one among a number of innovation activities. These activities also include the acquisition of existing knowledge, machinery, equipment and other capital goods, training, marketing, design and software development. These innovation activities may be carried out in-house or procured from third parties."

à la rencontre de ceux qui pourraient faire le trajet inverse, prêt que nous sommes à leur en présenter, par ce travail, les motifs et l'invitation à le faire.

L'idée même d'une Recherche et Innovation dans la filière des FSC est pour l'instant fragile, inhabituelle, presque hors de propos. Elle apparaît sur la pointe des pieds en 2006 dans le Rapport[1] du député Charié sur l'économie des Foires, Salons et Congrès, alors premier rapport de synthèse en France sur l'ensemble de la filière et retraversera les couloirs d'autres rapports produits depuis lors, mais sans éclat. Le mot « Forschung » (Recherche) est accolée avec plus de sérieux à l'économie des Foires et Salons en Allemagne, mais c'est plutôt une exception et cela reste dans le registre principal de l'économie, du marketing et du management. L'idée au fond n'émeut pas encore beaucoup : imaginer que des chercheurs et des laboratoires se penchent sur l'activité des FSC et y produisent de nouveaux savoirs, que cette recherche puisse participer à un schéma plus général de développement de l'innovation dans la filière, reste très loin de la doxa de la profession. Cette négligence peut toutefois changer : la filière des FSC est jeune et se professionnalise ; les contraintes de compétitivité croissent ; la complexité des défis sociétaux dans lesquels elle est impliquée l'y conduira peut-être ; enfin très simplement et pragmatiquement le monde de la Recherche et de l'Innovation fait partie de ses principaux clients.

Mais l'intérêt d'une telle idée n'est pas la seule affaire des professionnels des FSC. Il l'est aussi des acteurs de la Recherche et de l'Innovation. Plus exactement, il pourrait l'être. Dans la lignée des Expositions universelles nées au 19ème siècle, les Foires et Salons sont les lieux d'exposition des innovations, et les congrès participent activement au devenir des sciences, à la naissance des disciplines, à leur internationalisation, à la formation des communautés. Le couple science et technique de notre modernité a largement trouvé ses quartiers, certes éphémères, mais multiples et cycliques dans les Foires, Salons et Congrès. Et pourtant, les recherches sur les contributions des salons au développement de l'innovation et sur le rôle des congrès dans le progrès des sciences ne sont que marginales. Les chercheurs participent, avec les équipes qui les entourent et leurs organismes d'affiliation, à des milliers de congrès et de salons, quand ils ne sont pas eux-mêmes organisateurs ou membres de comité de pilotage ou de conseil

[1] CHARIE Jean-Paul, Foires, salons, congrès : pour que la France rime avec croissance, Rapport d'information de la commission des affaires économiques, Assemblée nationale, février 2006

scientifique, et ce depuis plus d'un siècle. Ils tiennent là une des cultures les plus expertes au monde, au moins des congrès. Mais les politiques de Recherche et d'Innovation ne disent mots ou à peine sur les FSC.

Mais ce premier étonnement prend une autre ampleur encore alors que notre Economie et notre Société arrivent aujourd'hui à se dire « de la Connaissance ». D'une manière ou d'une autre, nous vivons aujourd'hui au rythme accéléré d'une Société et d'une Economie de la Connaissance, ou au moins dans des « temps nouveaux »[1] (DE LAMBERTERIE, SAUNIER, 2014) de mutation générale (environnementale, démographique, digital, social, …) dans lesquels la Connaissance se trouve et se trouvera à jouer un rôle important et où elle ne s'est jamais autant accrue. Son théâtre comprend ses dimensions de Recherche fondamentale, celles des connaissances appliquées, de l'innovation et des transferts technologiques. Il s'étend dans la multiplication des types de production de savoirs et de leurs usages et transformations, au-delà des organismes scientifiques, dans les mécanismes d'apprentissage [2] (GREENWALD, STIGLITZ, 2017). Il se monte à toutes les échelles, de l'individu à la société dans son entier, dans la multiplication des liens et des interdépendances entre la Connaissance et les Industries et les Marchés, entre la Connaissance et la Société. L'Union Européenne en 2000 à Lisbonne[3] annonce ses ambitions de leadership dans l'Economie de la Connaissance. Elle est elle-même parmi les leaders des FSC (UFI 2017). Et pourtant depuis vingt ans, aucun lien n'est fait entre cette ambition et ce leadership dans les textes programmatiques[4]. Les historiens savent dire combien les combats des nations dans le domaine scientifique peuvent se tenir sur les scènes des

[1] Nous reprenons là l'expression inscrite dans la synthèse du Rapport du Conseil Supérieur de la Recherche et de la Technologie, « Les nouvelles frontières de la connaissance face à la crise », avril 2014, rédacteur : Claude SAUNIER et Isabelle DE LAMBERTERIE

[2] STIGLITZ Joseph E., GREENWALD Bruce C. La Nouvelle société de la connaissance, une vision nouvelle de la croissance, du développement et du progrès social, Editions Les liens qui libèrent, 2017, préface, p.8 : « Depuis une vingtaine d'année, il est courant d'appeler l'économie vers laquelle nous nous dirigeons « économie de la connaissance », « du savoir » ou « de l'innovation » (…) Mais dans ce livre nous avancions une thèse plus générale : il est nécessaire de créer une société de l'apprentissage (…). »

[3] CONSEIL EUROPEEN LISBONNE, 23 et 24 MARS 2000, Conclusions de la Présidence.
http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_fr.htm

[4] Le tout récent projet de Projet de loi de programmation pluriannuelle de la recherche pour les années 2021 à 2030 et son annexe ne disent mot ni des congrès ni des salons, même pas dans le projet au Titre IV « DIFFUSER LA RECHERCHE DANS L'ÉCONOMIE ET LA SOCIÉTÉ », ou dans l'annexe au point « 1.a.iii. Un potentiel d'innovation et de transfert à accroître » alors que pourtant ces textes n'excluent pas par ailleurs des vues pragmatiques et opérationnelles. Evoquons que la France est parmi les leaders mondiaux des Foires, Salons et Congrès.

congrès (RASMUSSEN 1990, CHARLE 1994, FEUERHAHN & RABAULT-FEUERHAHN 2010), les renseignements généraux n'oublient pas d'expliquer aux industriels les batailles de l'information qui se mènent sur les salons et la recherche doit intégrer plus fortement le défi de sa valorisation sur les marchés. Rien pourtant ne s'écrit plus dès qu'il s'agit du présent et de l'avenir.

Tout est là, les liens entre Foires, Salons, Congrès, Recherche et Innovation, l'effervescence d'une Economie et d'une Société de Connaissance et pourtant la cristallisation ne se fait pas. Il existe une vaste opportunité stratégique, autant pour la profession que pour la Recherche et l'Innovation elles-mêmes, les filières, les territoires où elles se déploient, opportunité pour le monde modeste des professionnels des FSC, opportunité pour le monde bien plus grand de la Recherche et de l'Innovation, et plus globalement dans notre temps de la Connaissance. Mais il faut la dire.

D'un point de vue pratique, la structuration d'une articulation renforcée et plus opératoire entre Foires, Salons, Congrès, Recherche et Innovation n'est pas une histoire d'investissement financier : tout est bien déjà là. Elle est de l'ordre de la création d'une manière de penser et d'agir. Cela en fait une opportunité d'autant plus grande et étonnante qu'elle est accessible et n'a pas à souffrir réellement de contraintes budgétaires. Cette thèse peut contribuer à conduire à la décision des acteurs des Foires, Salons, Congrès de structurer une Recherche et Innovation dans leur métier et leur entreprise. Elle peut surtout les inciter à se rapprocher des acteurs de la Recherche et de l'Innovation qui sont aussi bien leurs clients que les acteurs collatéraux des filières et des territoires qu'ils servent. Elle pourra aussi valoriser la part de leur activité comme dispositifs de connaissance. Il pourrait s'agir au fond -si cela peut aider à donner au propos une dimension plus appropriable par les professionnels - de marketing : le marché devient *de* la Connaissance, il faut s'y positionner. Les acteurs de la Recherche et de l'Innovation et ceux de sa gouvernance pourront inclure dans leurs politiques et leurs stratégies les dispositifs de Foires, Salons et Congrès comme levier d'accès au marché, de transfert technologique, de développement des communautés scientifiques ou de positionnement de leurs laboratoires et territoires, et de terrain d'expérimentation et de recherche.

Nous citions l'Europe, il peut être plus facile de le dire à l'échelle de la France : alors qu'aujourd'hui aucune nation ne semble avoir saisi cette opportunité dans toute son

ampleur, il serait facile pour un pays comme la France de créer une bascule de compétitivité dans ses Foires, Salons et Congrès et dans sa politique de Recherche et Innovation en les couplant dans le même énoncé stratégique. Et il existe des entreprises de la filière aujourd'hui, qui pourraient être les premières à créer un réseau international de Recherche et d'Innovation en relation directe avec leurs implantations et leurs marchés. Elles marqueraient ainsi facilement leur leadership, cela au prix de quelques billets d'avions et d'un peu de temps passé pour relier les forces déjà en présence.

Cette opportunité est comme un angle mort qui cache des voies pragmatiques d'évolution. Du côté de la Recherche et de l'Innovation, elles peuvent être tracées tant dans leurs mécanismes internes de médiation, leurs défis de valorisation et de continuité avec les marchés, les industries et les territoires, dans les questions de gouvernance et de rapport à la société, et même dans leurs pratiques et champs d'investigation. Du côté des Foires, Salons et Congrès, avancer est autant possible : structuration de filière, de connaissance et reconnaissance des savoir-faire, croissance de leur performance et de leur compétitivité, développement de leur fonction de leviers pour les filières et les territoires qu'ils « manifestent » ou dans lesquelles ils sont implantés, et évidemment prise de position sur le marché des acteurs de la Connaissance.

Cette thèse contribue à saisir combien les Foires, Salons, Congrès sont nodaux dans notre Economie et Société de la Connaissance. Et il faut bien se rencontrer pour faire connaissance.

D'un point de vue théorique, cette thèse peut contribuer d'abord à la structuration d'une Recherche et Innovation dans les FSC, avec la création d'une communauté de chercheurs, dans les domaines disciplinaires les plus variés des Sciences de gestion, du Tourisme, de l'Economie et la Géographie, de la Sociologie, de l'Histoire, du Management des politiques publiques, de l'Urbanisme et de l'Architecture, de la Philosophie, …Mais il est aussi possible de se dire, même à une échelle plus réduite, que cette thèse peut inviter à des recherches réflexives sur les mécanismes de production de la connaissance, en Sociologie des sciences ou en Epistémologie, mais tout aussi bien de production de contenus en Sciences Sociales, voire en Sciences de la Nature ou en Epidémiologie.

Entre les besoins de la filière des Foires, Salons et Congrès et les appels d'une Economie et Société de la Connaissance à la Recherche et à l'Innovation, il nous semble important de répondre alors à la problématique suivante :

- **En quoi développer et structurer aujourd'hui, dans une économie et une société de la Connaissance, une Recherche et Innovation dans le champ des Foires, Salons et Congrès (FSC) est-il une opportunité stratégique ? En quoi l'est-il, d'une part, pour les professionnels et les évolutions de l'activité des FSC et, d'autre part, pour la Recherche et pour l'Innovation elles-mêmes, du point de vue de leur propre développement et de leur rôle dans les territoires et les filières ?**

- **Comment le faire ?**

- **Quelles formes pourrait prendre cette Recherche et Innovation et selon quels principes pourrait-elle s'inventer et se déployer ?**

La perception de cette importance est d'abord née d'une expérience de professionnel dans les FSC depuis près de vingt ans, à des postes de direction dans des parcs des expositions et des centres de congrès, dans les deux métiers d'accueillir des évènements sur les sites et d'organiser des foires et salons. Elle est aussi le fruit de nombreuses coopérations locales dans ce cadre professionnel avec des universités et écoles, des laboratoires, des centres de culture scientifique[1]. Nous ne pouvons pas dire que l'expérience professionnelle y mène naturellement, l'attention au sujet serait alors des plus fortes parmi les acteurs des FSC, mais elle peut en donner les indices.

La réalité des Foires, Salons et Congrès ne laisse pas indifférent. Elle est concentrée d'affects, multiplicité de rencontres de tous les mondes, curiosité permanente. Elle est aussi un encastrement de l'économique, du social, du culturel et du politique. Rien ne se donne sans des plis et des connexions avec d'autres dimensions. C'est une forêt. La tentation de mener l'enquête est donc forte. Les FSC forment une bibliothèque orale d'anecdotes et d'aventures, de théâtres et de vie, d'ambiances et décisions. Ils ont aussi leur vide et leur violence, quand les rencontres n'ont pas lieu, quand les

[1] Nous avons fait l'expérience de projets avec des chercheurs et des laboratoires de Sociologie, de Géographie, d'Acoustique, d'Archéologie, de Paléoanthropologie, des acteurs de la valorisation de la Recherche et des Transferts technologiques et ceux de médiation de Culture scientifique.

attentes pèsent, quand l'ennui attaque. Ils appartiennent à ce que nous sommes aujourd'hui, d'autant plus quand ils se retrouvent rassemblés dans ce nouveau ensemble de l'activité évènementielle, où toute manifestation devient évènement. La profession commence à s'interroger sur elle-même (le premier rapport officiel sur la profession date de 2006 en France -CHARIE, 2006-). Elle ne sait pas tout ce qu'elle peut. Or ce lien avec la Recherche et l'Innovation est une de ses plus grandes puissances, c'est notre hypothèse.

Mais ces affects et reculs professionnels ne suffisent pas à l'affaire pour répondre à notre problématique. Plus exactement, très rapidement, il fallait aussi se tourner vers la littérature, et savoir ce qui s'est écrit et s'écrit sur les Foires, Salons et Congrès. La première littérature est en France celle des rapports institutionnels, encore récents finalement (MARGOT-DUCLOT 2005, CHARIE 2006, PLASAIT 2007, AUGIER 2009), les études des fédérations, principalement celle internationale de l'UFI (ex-acronyme de l'Union des Foires Internationale), en France l'UNIMEV (Union française des Métiers de l'Evènement), en Allemagne surtout l'AUMA (Austellung und Messe Ausschuss, Fédération allemande des Expositions, Foires et Salons) qui laisse à disposition chiffres sur la filière à l'échelle du monde, rapports économiques et toute une bibliographie avec de nombreuses thèses, souvent à vocation professionnelle. La vraie bascule de la quête scientifique ne part pourtant pas de là mais d'un livre, celui de Pierre-Albert CLEMENT (CLEMENT 1999), érudit amateur avant d'être scientifique, mais de haut-vol, « Foires et Marchés d'Occitanie de l'antiquité à l'an 2000 ». Il y annonce, très solitaire, et en réalité unique, l'existence d'une science des foires et marchés, la « nundinographie ». Personne d'autre que lui ne semble la connaître. Ce qui est important et programmatique : elle ne peut être que pluridisciplinaire. Et très vite une revue de la littérature, étendue aux Salons et Congrès, devient quête dans tous les registres possibles : marketing et management, économie, histoire, géographie, littérature, cinéma, théâtre, philosophie, didactique, droit, etc… L'aventure est sans limite et elle est aiguisée par la modestie du corpus existant. La littérature est si peu explorée, que s'en soucier devient une construction, participe déjà à produire un savoir, à « exposer » un peu plus un monde qui est lui-même d'exposition.

Et la littérature ne fait jamais taire les voix : de manière générale, un travail de thèse peut nécessiter un travail de terrain. Dans le monde des FSC, où l'oralité domine, ou les femmes, les hommes et leurs vies prévalent et constituent la réalité même des

pratiques et des manifestations, des rencontres étaient indispensables. Nos questions ne peuvent trouver réponses sans entretiens avec les professionnels dans leur diversité de métiers et avec les chercheurs et tout acteur de la Recherche et de l'Innovation. Notre pratique, même professionnelle, nous l'avait prouvée. Et ces entretiens devaient conduire aussi bien à comprendre, qu'à déterminer si des rencontres étaient désirées entre le monde des FSC et celui de la Recherche et de l'Innovation. Nous serons toujours dans des histoires de femmes et d'hommes.

Et notre méthode de travail, après la revue de littérature et les rencontres, devait reprendre une logique pragmatique : s'il fallait construire une stratégie de développement de Recherche et d'Innovation dans les FSC, sur quelles bases pourra-t-il être possible de s'appuyer ? Quels seraient les champs de recherche et innovation, les rouages d'un système de connaissance, les objectifs pour les uns et pour les autres, les leviers possibles ? Tout en gardant la tête d'un apprenti-chercheur, en pleine rédaction de thèse, il fallait penser aux arguments d'une avenir possible dans la réalité.

Ce travail est en quelque sorte un travail fiéristique[1], de foire, fait de liens et de réalités lointaines, éclatées et qui se réunissent. Pour donner une première vision de cette pluralité, nous avons aussi opté pour dire, dès le départ, le résumé de l'ensemble,

La thèse est ainsi composée d'un résumé et de quatre parties.

La première partie sera un préambule, il s'agira d'ouvrir les perspectives, de définir le périmètre des FSC qui nous occupera. Il ne se limite pas aux seules manifestations des FSC. Nous verrons d'ailleurs combien leur valeur ne repose pas tant sur leur poids économique assez modeste que sur leur force de dispersion géographique et sociale. Il intègre trois autres ensembles : leur production, les mondes (marchés, filières, communautés, …) qui y participent et les utilisent, les territoires où elles sont implantées. C'est dans ce dépli que notre travail peut prendre tout son sens, au-delà des manifestations dans les réalités tierces qu'elles impliquent. Il s'agira dans cette partie de définir les FSC et d'expliquer pourquoi nous les unissons dans une même série,

[1] Fiéristique est un adjectif que nous importons de la langue italienne, *fieristico*, des foires et par extension ici des Foires, Salons, Congrès. Un jour peut-être sera-t-il dans nos dictionnaires ?

ce qui n'est pas nécessairement l'usage dans la profession. Il faudra aborder les articulations et les porosités entre l'activité des FSC et celle du tourisme. Nous n'oublierons toutefois pas leur distance nécessaire pour entrer dans les rapports avec la Recherche et l'Innovation.

La deuxième partie sera un mouvement qui partira de la description des Recherches sur les Foires, Salons et Congrès. Le panorama est pluridisciplinaire, mais encore sans densité, fait de points parsemés sans toujours de relations entre eux. Les recherches sur les Foires et Salons sont bien plus nombreuses que celles sur les Congrès. L'histoire domine, l'économie y a son rôle, mais d'abord à l'échelle du marketing et du management. Le tourisme, lui-même tissé de géographe et d'économie, crée des ouvertures vers des travaux plus nombreux sur les congrès. Une part des travaux sur les FSC laisse voir qu'il existe bien des articulations entre les FSC et le développement de la connaissance : les congrès scientifiques, le rôle des proximités, des expériences de recherche sur le terrain des FSC. Il restera alors à suivre ce geste et à saisir le chemin inverse des enjeux de la Connaissance vers un appel possible aux leviers que peuvent offrir les FSC pour la Recherche et l'Innovation, largement au-delà du champ des FSC. Ce sera le moment de donner les premières caractérisations d'une Recherche et Innovation dans les FSC, combien elle dépasse les objets des FSC. Il sera possible de décrire les apports réciproques possibles des professionnels des FSC et des acteurs de la Recherche et de l'Innovation, les uns pour les autres, du monde des uns pour le monde des autres.

La troisième étape se tourne vers les hommes, vers les acteurs des FSC et ceux de la Recherche et de l'Innovation. Existe-t-il un désir de Recherche et d'Innovation dans les Foires, Salons et Congrès ? Si peu existe aujourd'hui, mais un désir est-il possible pour construire réellement l'énoncé Foires, Salons, Congrès, Recherche et Innovation. Le mot « désir » correspond à l'appel de notre travail entre l'absence (ou si faible présence) de Recherche et d'innovation et l'appréciation fragile de la puissance de l'activité des FSC. Il permet une fidélité à ce monde de rencontres, de corps et de transgressions, de personnes investies, y compris dans la complexité des inconscients et des machineries sociales. Et s'il s'agit de Connaissance, il y faut bien un désir de connaitre, autant qui pousse à connaître qu'à connaître même. Le désir en effet circule et articule les éléments les plus hétérogènes, les fait se rencontrer. Il est lui-même production de connaissance, fabrique, mise en série. Et tout cela dans la vie si

vivante des FSC. Les réponses à cette question d'un désir de Recherche et d'Innovation seront le fruit d'une enquête auprès des acteurs concernés, des deux mondes, celui des FSC, celui de la Recherche et l'Innovation. Et parce que nous connaissons l'activité des FSC de l'intérieur, il nous paraît plus impossible encore d'imaginer un processus de Recherche et d'Innovation dans les FSC sans saisir aussi les manières d'être créatif et d'innover de la profession, qui, jusqu'à maintenant, n'a cessé d'inventer, d'évoluer, de transformer ses productions et ses technologies, elles-mêmes pleines de désirs et de passions. Le propos de ce travail n'est pas de proposer une substitution d'un processus de Recherche et d'Innovation à des manières de faire qui font leur preuve et à la vie des savoir-faire, plutôt de trouver des communautés possibles qui permettront les appariements pour une Recherche et Innovation ouverte sur des enjeux qui dépasseront toujours les FSC.

La dernière étape est pragmatique et a pour fin de poser les bases d'une stratégie de Recherche et d'Innovation dans les FSC, en tenant compte des ouvertures des recherches déjà entreprises, des désirs existants, des modes de créativité et de savoirs au sein des FSC, des réciprocités multiples entre les FSC et le monde de la Recherche et de l'Innovation et de ses articulations avec les filières et les territoires. Il s'agit d'y clarifier les fonctions de connaissance qui servent les intérêts de la Recherche et de l'Innovation autant que ceux de la filière des FSC, de déterminer les objectifs possibles d'une telle stratégie, aussi bien en termes de connaissance, d'affaires (y compris pour la Recherche et l'Innovation), de gouvernance et de politique, de configuration des activités. Mais qui dit stratégie dit stratège : il nous faudra nous interroger sur la manière dont cette stratégie peut se mettre en place, à quelle échelle, en s'appuyant sur quels leviers et par qui. Nous retrouverons le rôle de la multiplicité et l'hétérogénéité des évènements et des rencontres en-deçà de toute attente de grande volonté centrale et politique.

Fig. 0. Architecture de la thèse

Introduction

VOLET 1 : LA THESE EN BREF

VOLET 2 : LA THESE EN DETAIL

PARTIE I

PERIMETRE ET DEFINITION : ALLER AU-DELÀ DES MANIFESTATIONS ET UNIR FOIRES, SALONS ET CONGRÈS DANS UNE MÊME SÉRIE

I. Au-delà des manifestations
II. Une recherche de définition des Foires, Salons, Congrès
III. L'Evènement : trouble et symptôme d'une quête du temps et du présent
IV. La production des Foires, Salons, Congrès
V. Le bord collé du Tourisme

PARTIE II

DE LA CONNAISSANCE DES FOIRES, SALONS ET CONGRES AUX FOIRES, SALONS, CONGRES DE LA CONNAISSANCE

I. Un paysage clairsemé de recherche sur les Foires, Salons, Congrès
II. Une ligne de fuite vers la Connaissance
III. Le chemin de la Connaissance vers une recherche dans les Foires, Salons, Congrès

PARTIE III

DESIR ET CREATIVITE

I. Préambule : élaboration de l'enquête
II. Existe-t-il un désir de Recherche et Innovation dans les Foires, Salons, Congrès
III. La créativité des professionnels des Foires, Salons et Congrès : manières de chercher et d'innover

PARTIE IV

RECHERCHE ET INNOVATION

I. Identification des fonctions de connaissance pour construire les bases d'une stratégie de Recherche et Innovation dans les Foires, Salons, Congrès
II. Définition d'un système possible de la connaissance et de ses objectifs
III. Le rôle central des évènements pour construire la stratégie : l'émergence des évènements-recherches
IV. Les rencontres

Conclusion

Au moment de la conclusion de cette thèse, sera ajoutée une incise pour répondre à l'irruption du COVID dans notre actualité et à ses renversements du monde des FSC, non pas seulement un propos de circonstance, plutôt une résonance plus ample encore de l'opportunité de constituer une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès.

VOLET 1 : LA THESE EN BREF

I. Introduction

Ce travail de recherche construit un énoncé qui réunit dans la même série Foires, Salons, Congrès, d'un côté, Recherche et Innovation, de l'autre. Leur communauté d'intérêt est négligée ou sous-évaluée.

Cette inattention se poursuit, mais le terrain est devenu favorable pour qu'elle laisse paraître son étrangeté. La filière des Foires, Salons et Congrès s'inquiète aujourd'hui un peu plus de ses évolutions, elle se professionnalise, se doit d'innover alors que la concurrence croît, que son rôle dans les enjeux d'attractivité et de compétition des territoires et des pays grandit et qu'elle rencontre les défis du digital, de l'urbanisation, de la croissance démographique et du climat. Envisager un développement d'une Recherche et Innovation n'a jamais été autant possible.

Mais le plus décisif est au moins autant du côté des acteurs de la Recherche et de l'Innovation. Depuis plus de 150 ans, les foires et salons se tiennent comme lieux d'exposition et de propagation des innovations, dans la lignée des expositions universelles, et les congrès contribuent de manière essentielle au devenir de la science, à la naissance de disciplines, à l'internationalisation de la recherche. Ils sont dispositifs-clefs du couple science et technique de notre modernité. Et cette histoire ne s'éteint pas. Nous sommes aujourd'hui dans une Economie de la Connaissance et une Société de l'apprentissage (FORAY 2009, STIGLITZ & GREENWALD 2017). Innovation et Sciences sont plus encore motrices de notre modernité. Et quel étonnement alors de voir que lorsque l'Union Européenne en 2000 à Lisbonne[1] annonce ses ambitions de leadership dans l'Economie de la Connaissance, cette Europe qui est aussi parmi les leaders, si ce n'est leader mondial de l'activité des Foires, Salons et Congrès (UFI 2017), aucune place n'est laissée dans sa stratégie au rôle de cette dernière. Les historiens savent pourtant dire combien les combats des nations dans le domaine scientifique peuvent se tenir sur les scènes des congrès (RASMUSSEN 1990, CHARLE 1994, FEUERHAHN & RABAULT-FEUERHAHN 2010). Les renseignements généraux n'oublient pas d'expliquer aux industriels les batailles de l'information qui se mènent sur les salons. Et la recherche doit intégrer plus fortement le défi de sa valorisation sur

[1] CONSEIL EUROPEEN LISBONNE, 23 et 24 MARS 2000, Conclusions de la Présidence. http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_fr.htm

les marchés. Rien pourtant ne va plus loin : les politiques de recherche et d'innovation ne disent mots ou à peine, pour demain, du levier des Foires, Salons et Congrès. Le geste paraît si simple, il n'est pourtant pas fait, ni en France ni ailleurs, à part en Allemagne mais sans encore de fort discours. Il existe là une vaste opportunité stratégique pour la Recherche et l'Innovation elle-même, les territoires, les filières dont elles sont parties constitutives et la profession des FSC.

- **Entre les besoins de la filière des Foires, Salons et Congrès et les appels d'une Economie et Société de la Connaissance à la Recherche et à l'Innovation, il nous semble important de répondre alors à la problématique suivante :**

- **En quoi développer et structurer aujourd'hui, dans une économie et une société de la Connaissance, une Recherche et Innovation dans le champ des Foires, Salons et Congrès (FSC) est-il une opportunité stratégique ? En quoi l'est-il, d'une part, pour les professionnels et les évolutions de l'activité des FSC et, d'autre part, pour la Recherche et pour l'Innovation elles-mêmes, du point de vue de leur propre développement et de leur rôle dans les territoires et les filières ?**

- **Comment le faire ?**

- **Quelles formes pourrait prendre cette Recherche et Innovation et selon quels principes pourrait-elle s'inventer et se déployer ?**

Nous posons ces questions d'abord en tant que professionnel de ce monde fiéristique[1], depuis presque une vingtaine d'années, à des postes de direction dans des parcs des expositions et des centres de congrès, dans les deux métiers d'accueillir des évènements sur les sites et d'organiser des foires et salons. Ces questions sont le fruit d'un cheminement, de l'exercice répété de définir des stratégies et des

[1] Fiéristique est un adjectif que nous importons de la langue italienne, fieristico, des foires et par extension ici des Foires, Salons, Congrès.

orientations, et d'expériences nombreuses de projets avec des universités et écoles, des laboratoires, des centres de culture scientifique[1].

La réalité des Foires, Salons et Congrès est complexe, faite d'encastrements d'économique, de social, de culturel et de politique. La tentation de mener l'enquête est donc forte. Elle l'est d'un point de vue intellectuel, mais aussi affectif. Il faut éprouver l'immense des halls, l'hétérogène des manifestations, la puissance des rencontres, le vide aussi d'une foire que les visiteurs ne veulent plus fréquenter et la colère croissante d'exposants lassés d'attendre. Elle l'est aussi parce qu'à peine commencé se constate combien peu fut dit et pensé sur les foires, salons et congrès. Nous devons juste à un érudit amoureux des Foires, Pierre–Albert CLEMENT, d'avoir désigné l'existence d'une science pluridisciplinaire des Foires et Marchés, la « nundinographie » (CLEMENT 1999). Personne ne semble la connaitre, mais au moins un énoncé se tient-il dans les livres pour dire que Science, Foires, et par notre extension, Salons et Congrès ont des familiarités possibles.

Nous décrirons brièvement notre périmètre, ce qu'est le champ des Foires, Salons, Congrès, combien il va au-delà des manifestations et pourquoi nous apparions ainsi Foires, Salons et Congrès. Le premier grand volet de notre travail portera sur l'analyse du paysage existant de recherche sur les FSC et comment une de ses grandes lignes de fuite rassemble de plus en plus fortement FSC et Connaissance. Mais notre problématique est pragmatique, il s'agit de construire une Recherche et Innovation dans les FSC. Celle-ci peut-elle être désirée que cela soit par les acteurs de la profession ou par ceux de la Recherche et de l'Innovation ? Ce sera le premier objet de notre deuxième partie. Et comme les FSC n'ont pas attendu une quelconque structuration de Recherche et Innovation pour faire leur propres progrès et transformations, quelles sont les formes de créativité qui s'y déploient. Dans la dernière partie, nous nous mettons déjà à la tâche : commencer à dessiner quelles formes pourrait prendre cette Recherche et Innovation.

[1] Nous avons fait l'expérience de projets avec des chercheurs et des laboratoires de Sociologie, de Géographie, d'Acoustique, d'Archéologie, de Paléoanthropologie, des acteurs de la valorisation de la Recherche et des Transferts technologiques et ceux de médiation de Culture scientifique.

II. Périmètre et définition : Aller au-delà des manifestations et unir Foires, Salons et Congrès dans une même série

Les Foires, Salons et Congrès n'existent pas sans un dehors. L'ampleur de leur rôle est là. Et les inscrire dans une même série « Foires, Salons, Congrès » traduit leur lien avec la connaissance. Il nous faudra aussi reconnaître les pointillés entre l'activité des FSC et celle à laquelle elle peut être en partie légitimement liée, celle du Tourisme.

A. Au-delà des manifestations

Notre champ d'investigation ne se limite pas aux seules manifestations des Foires, Salons et Congrès, parce qu'elles sont toujours, d'une manière ou d'une autre, des formes d'expression et des morceaux d'une réalité tierce.

Quatre grands ensembles structureront schématiquement notre champ d'investigation :

- Les MANIFESTATIONS elles-mêmes (Foires, Salons et Congrès) dans toute la richesse de leurs phénomènes (activités et impacts économiques et sociaux, acteurs et populations impliquées, formes et contenus, géographie, rayonnement, histoire, …),

- Leur PRODUCTION (l'ensemble des mécanismes professionnels de leur organisation et fabrication), en distinguant les trois catégories de métiers : les organisateurs de manifestations, les gestionnaires des sites qui accueillent les manifestations, et les prestataires de services (installation générale de stands, audiovisuel, sécurité, nettoyage, hôtesses, etc…).

- Les MONDES (marchés, filières, communautés, …), appartenant aux sphères économiques, sociales, politiques ou plus spécifiquement de la connaissance, culturelle, scientifique et technique, qui s'y manifestent et les utilisent comme plateformes de rencontres et d'échanges. Un de ces mondes est celui de la Recherche et de l'Innovation avec ses acteurs et ses organismes (organismes de recherche, R&D d'entreprises, organismes éducatifs, agences de transfert

technologique et agences d'innovation, experts, réseaux scientifiques et techniques, gouvernance, …).

- Les TERRITOIRES qui sont les lieux d'implantation des manifestations, entendus, d'une part, comme des « destinations » avec des sites (parcs des expositions, centres de congrès, autres…) et des infrastructures et dispositifs d'accessibilité, une sphère touristique d'accueil, et, d'autre part, comme des espaces économiques et sociaux avec des populations, des excellences spécifiques industrielles, scientifiques, culturelles ou politiques.

Aujourd'hui au 21ème siècle, il sera bien rare de trouver un champ de l'activité humaine économique, sociale, scientifique, culturelle ou politique où ne s'organisent pas ces formes particulières de rassemblements que sont les Foires, Salons et Congrès (UFI 2014, FKM 2017, ICCA 2018). L'addition de l'activité des foires et salons et de celle des congrès peut se comparer approximativement à une ville éphémère de quelques jours d'une taille comparable à Marseille (250 km²), d'une population étalée sur ces jours de 300 millions environ de participants[1], se rencontrant dans plus de 40 000 manifestations, tout cela en réalité essaimé sur la planète et circulant dans de multiples réseaux de destinations, de routes et de cycles temporels.

B. La même série des Foires, Salons et Congrès

Si nous allons réunir, tout au long de cette thèse, les termes foires, salons et congrès, cette mise en série n'est pas un usage spontané des professionnels. Ainsi les seuls organes fédératifs se distinguent entre l'activité Foires et salons et l'activité Congrès (UFI, AUMA, CEIR, ICCA, IAPCO, AIPC, Coésio), à l'exception notable du cas français

[1] Ce chiffre de 300 millions est obtenu à partir des rapports de l'UFI, de l'ICCA ou de l'IAPCO. Dès que l'on inclut tous types de réunions d'entreprises ou d'institutions, ce chiffre peut croître de manière exponentielle. La récente étude de EY en 2019, commanditée entre autres par l'UNIMEV, annonce 380 000 évènements et 52 millions de personnes concernées sur le seul territoire français. Si nous élargissions le monde des rencontres et des évènements à toutes les réunions professionnelles de petites tailles dans le monde, à tous les évènements possibles (publics ou privés dans tous les registres sportifs, culturels religieux, sociaux, politiques) jusqu'aux marchés alimentaires de plein-vent ou autres, nous pourrions alors dire que plusieurs milliards de personnes pratiquent des évènements chaque année, et plusieurs fois chacune.

de l'UNIMEV[1]. Nous les intégrons, sans les confondre, à la même série en raison de leur croisement avec les enjeux du développement scientifique et des innovations, leur parenté de naissance avec les Expositions universelles[2] et leur mises en scène du progrès (MATTELART 1997, ORY & MEI 2016) et leur croissance depuis lors, leurs modes de rassemblement éphémères et récurrents pour des échanges oraux, conversationnels, en face-à-face ou en réunion, à la différence d'autres types de manifestations plus orientées sur des objectifs de spectacles, de cérémonies, de culture ou de sport, et la mixité croissante de leurs formats (formats de conférences et ateliers dans les foires et salons, format d'exposition dans les congrès).

La notion d'évènement prend le pas (GETZ 2007), de plus en plus dans la profession qui se dit maintenant facilement de l'évènement, sur les mots « Foires, Salons, Congrès » les reléguant du même geste au rang de formes dépassées, comme si l'avenir se passait ailleurs (ZANGER 2014, PROMOSALONS 2017). Mais à ce titre plus aucune manifestation ne peut être distinguée. Nous garderons les termes, nous en avons besoin pour saisir les forces singulières de leur phénomène, y compris le sens de l' « événementialisation » actuelle.

C. Porosité avec le Tourisme

Enfin, il nous faudra toujours accepter, même si c'est avec distance, les proximités et les porosités entre l'activité des FSC et l'activité touristique. La brèche qui vient aspirer les FSC dans le tourisme n'est pas illégitime, l'intrication des deux activités est profonde : le rôle des transports, de l'hébergement et de la restauration ; les effets réciproques du tropisme touristique sur les évènements ; les acteurs du tourisme investis dans les activités de congrès et de réunions ; l'intégration commune dans les politiques de développement économique et d'attractivité territoriale. Et il existe cette rubrique « tourisme d'affaires » qui peut inclure facilement Foires, Salons et Congrès[3]. Elle vient ajouter un possible de plus aux recherches de définition de cette activité, tour à tour, « Evènementiel », « Industrie des Rencontres professionnelles » ou

[1] L'UNIMEV, Union des Métiers de l'Evénement (nous traiterons plus loin de ce nouveau terme « Evénement » et de la place des FSC : ANNEXE) se nommaient précédemment (avant 2013) Fédération des Foires, Salons, Congrès et Evénements de France.

[2] Hors la grande histoire des foires et marchés depuis l'antiquité sur laquelle nous aurons l'occasion de revenir.

3 Exemple, le rapport PLASAIT au CESE en 2007 sur l'économie du Tourisme d'affaires

« MICE Industry » (Meeting Incentive Conference Events) (MARGOT-DUCLOT 2005, CHARIE 2006, PLASAIT 2007).

Le champ des FSC est au fond sans barrière, aux noms multiples. Et il est probable que mieux le connaître n'en fera pas un monde plus clos, mais révèlera sa machinerie de connaissance.

III. De la connaissance des foires, salons et congrès aux foires, salons, congrès de la connaissance

Le paradoxe d'un champ des FSC peu exploré par la science et pourtant déterminant de la recherche et de l'innovation, et plus largement de la Connaissance, n'est pas mince. Non seulement, l'analyse des recherches orientées directement sur ce champ montrera de petites zones de recherche au milieu d'une grande inattention à son intérêt scientifique possible, mais cette seule géographie en archipels dispersés converge souvent vers la reconnaissance d'articulations entre les FSC et les enjeux de la Connaissance. Il nous faudra alors dessiner un premier schéma de système de la Connaissance qui lie le champ des FSC à la Recherche et à l'Innovation et dans lesquels les réciprocités possibles et potentielles s'aperçoivent.

A. Un paysage clairsemé de recherche sur les Foires, Salons et Congrès

Dans un ensemble de recherche sur les FSC de faible densité, l'activité des Foires et Salons a fait bien plus l'objet de travaux que celle des congrès. Ces études, quelles qu'elles soient, restent peu connues par la profession, bien que celle-ci pourrait y trouver une boîte à outils stratégiques et opérationnels.

1. La générosité de l'histoire

De toutes les disciplines qui se sont penchées sur l'activité des FSC, l'Histoire est une des plus généreuses. Elle ne l'a pas été seule, mais souvent mariée avec la Géographie, l'Economie, l'Archéologie, le Droit. Elle est histoire des Foires et Marchés. Contrairement aux professionnels d'aujourd'hui qui ne lient plus Foires et Marchés, les Historiens s'y attèlent, avant tout dans une perspective antique, médiévale et

préindustrielle (HUVELIN 1897, ALLIX 1923, JOURDAN-LOMBARD 1970, BRAUDEL 1976, MARGAIRAZ 1988, DE LIGT 1993). Si la période moderne est abordée, elle s'arrête facilement à 1914 (THOMAS 1993). Au-delà, il s'agit moins d'histoire, malgré des exceptions, que d'analyse d'évolution chronologique (BATHELT et alii, 2014). Salons et Congrès apparus au 19ème siècle resteront dans l'ombre, au rebours de ce qui est sans doute une de leur matrice commune, les expositions universelles. Ces dernières semblent, involontairement, opérer un rapt du regard historique moderne et contemporain sur le monde plus large de l'exposition et des congrès (SIMMEL 1896, BOUIN et CHANUT 1980). L'Histoire pourrait intéresser les professionnels, par exemple, sur le rôle des FSC dans les rouages de l'économie mondiale, sur leurs mécanismes tactiques dans les batailles du présent, la vie de leurs formes, les luttes de propriété (A qui appartiennent les foires ?), leurs fonctions urbanogènes, les enjeux de prix et de réputation ou les richesses polysémiques du vocable « Foire ».

2. L'économie, d'abord du marketing et du management

Si l'Histoire donne aux FSC une place dans l'économie (BRAUDEL 1976), l'économie aujourd'hui ne s'intéresse pas vraiment à eux. Notre économie de marché ne se dira pas économie de Foires et Salons et les grandes théories économiques ne disent mots des Foires et Salons encore moins des Congrès. Le débat croissant sur les plateformes et les marchés bifaces (ROCHET & TIROLE 2004, TIROLE 2016), que sont aussi les FSC, ne sont pas encore vraiment une voie de leur retour sur la scène économique. Le véritable registre des recherches économiques sur les Foires et Salons est celui de l'économie de l'entreprise, et des champs du commerce, du marketing, du management. L'exemple allemand (Messewirtschaft) et une grande part de la littérature marketing anglo-saxonne rassemblent le plus d'éléments. De nombreuses thèses sont écrites et accessibles sur le site de la fédération AUMA en Allemagne sur l'économie des Foires et Salons (Messewirtschaft, Messewissenschaft) provenant d'universités réparties sur l'ensemble du pays, d'abord sur les enjeux de marketing, de la stratégie des entreprises à l'international et des enjeux d'attractivité et de développement territorial. L'analyse des articles (TAFESSE et SKALLERUD 2017, CURINA 2017) montre la croissance d'un effort théorique et interdisciplinaire et un déplacement des thématiques des sujets commerciaux, notamment sur le Retour sur Investissement pour les entreprises exposantes, vers des thématiques non-commerciales sur les stratégies de la filière et les orientations vers des enjeux

relationnels, territoriaux et de transformation digitale, plus largement de Connaissance. Ces articles traduisent moins l'évolution simple de la filière que la perception plus fine de la complexité de l'activité et de la multiplicité de ses dimensions par les chercheurs.

3. Le Tourisme ouvre la porte à des travaux sur les congrès

Il faut réserver une place à part aux études sur le tourisme, en raison de l'ambiguïté qu'elles créent sur les fonctions des FSC et leur propre définition. Mais Il existe bien un champ de recherche croissant, dominé d'abord par les économistes et les géographes, qui fait une part plus belle que d'habitude aux congrès. Il s'agit de ce qui est appelé en France, le Tourisme de Congrès et de Réunions (CHRISTOFLE 2013), que les anglo-saxons pourront appelée « Convention Tourism Studies » ou « Conference Tourism Studies ». Ces travaux se concentrent largement sur la part de l'activité congrès dans la structuration des villes (LABASSE 1984) comme destination dans un paysage géographique internationale et concurrentiel (CHRSTOFLE, FABRY, MORSCHEL 2010). La meilleure illustration de ces recherches est celle portée sur les « clusters de tourisme » et leur rôle à la fois de structuration des destinations et de levier de compétitivité internationale (FABRY 2009, BEDE 2013).

4. Les Foires du Sud : des lointains qui rapprochent d'un intérêt pour les FSC

Histoire, Economie, Tourisme forment les pans les plus étendus et cohérents, malgré leur ténuité, des recherches sur les FSC, bien souvent mêlées d'autres disciplines et principalement la géographie. Mais il est aussi possible d'y trouver des incises, des zones isolées, comme des travaux sur les souks du Maroc (GEERTZ 1978), les Foires du Mali (RATON 2012), les Foires du Chili (BERLIEN ARAOS 2013) ou les salons professionnels d'Afrique sub-saharienne (FAVRE 2014), en anthropologie, en sociologie, en économie ou en géographie qui tracent une série de lointains et de cadres d'expression plus serrés de questions soulevées par l'activité des foires et salons en général : mécanisme de connaissance des acteurs, rapport rural/urbain, création de collectifs et d'association au-delà de l'économique pur, production de normes et de valeurs, rapports de forces entre dominants et dominés.

5. Les langues et les voix des Foires

D'autres signes de possibles recherche apparaissent du côté de l'ethnomusicologie (FERAUD), d'ethnologie sur la langue de démonstrateur de Foire (LE VELLY, 2007), et surtout de la littérature avec les études sur le théâtre de Foire (PAUL-MARCETAU 1983, LURCEL 2014, RUBELLIN 2013, TROTT 2004), et mieux encore l'exercice de formes dramaturgiques à l'organisation des congrès (MARTINEZ), là encore éparpillés. Il faudra souvent répéter que les FSC, eux-mêmes lieux d'histoires et d'aventures appartiennent aussi au monde de la culture. Les FSC ont ainsi pu être « personnages », scène, contexte de littérature et de cinéma, il faudrait compter le regard artistique comme une autre forme de recherche, certes plus implicite –(JOHNSON 1613, TIECK 1832, TATI 1971, KOESTLER 1973, COPPOLA 1974, LODGE 1984 et 1988, COE 2014, COFFIN 2015, PETERS 1989, NICOL 2005, HAMIDI 2016, TOLEDANO et NAKACHE 2017).

Cette mise en série des recherches sur les FSC est assez ténue, elle est aussi artificielle, les chercheurs investis ne se connaissent pas vraiment et ne se reconnaissent pas une communauté sur le sujet. Il est alors d'autant plus intéressant de relever dans ce paysage inventé une série de travaux qui retourne la question à la recherche elle-même et s'intéresse à la contribution des FSC au développement de la Recherche et de l'Innovation, une participation aux processus de production de la Connaissance, un terrain commun possible donc à tous les chercheurs.

B. Une ligne de fuite vers la Connaissance

Une part de travaux de recherche sur les FSC a pour objet le développement de la connaissance.

1. La fonction congrès au cœur de la science

Hors du regard touristique, les très rares travaux menés sur les congrès les attachent d'abord au champ de la science. Ils tiennent parfois leur place dans l'anecdote d'un récit ou d'une aventure scientifique (VILLANI 2012, HOTTENGER 1933). C'est surtout dans l'Histoire des sciences et de la culture, leur rôle dans la fabrique des sciences et des batailles de pouvoir sur la scène internationale qu'ils peuvent apparaître (RASMUSSEN 1989, CHARLE 1994, FEUERHAHN 2010, SCHROEDER-GUDEHUS 1966),

souvent dans les pas des expositions universelles du 19ème siècle. Un sociologue isolé (TAPIA 1980) semble s'être intéressé aux formes des congrès dans notre modernité au regard des régimes de débats de notre société. Des travaux sur la didactique dans les congrès, les formes de communication ou la production d'intelligence collective confirment les enjeux de connaissance des dispositifs de congrès (DUCROQUET et LOUART 2016, DOMPEIX 2016, MARTINEZ 2013, VANNESTE 2008). La concurrence du digital interroge, elle, aussi bien les professionnels que les chercheurs (SIMEONI 2005, ICCA 2017, 2019, XING 2019, CHRISTOFLE 2019, EUROPA GROUP) sur les modes de médiation.

2. Des proximités pour la connaissance

Le lien entre FSC et Connaissance est surtout abordé avec plus d'occurrences par des géographes, des économistes, des sociologues qui ont travaillé schématiquement sur deux grandes séries de questions fondées sur les proximités conditionnées par les manifestations : la première se place à l'échelle des manifestations dans leur globalité et des organismes qui les pratiquent, elle concerne l'analyse des modes de création de marchés ou de structuration d'activités par les salons, les manières par lesquelles les proximités spatiales temporaires des manifestations cristallisent, défragmentent des industries et permettent des partages de connaissance (RALLET et TORRE 2009, MASKELL et alii. 2004, ASPE et DARR 2011, LAMPEL et MEYER 2008, LEYMONERIE 2006) ; la seconde descend d'un niveau et interroge les modes de relations interpersonnelles, les réseaux de personnes, la toile des relations humaines et sociales dans lesquelles le premier niveau est encastré. Tout l'enjeu est de déceler les forces de production de ces relations et de ces réseaux, combien le microcosmique peut modifier le macrocosmique. Sont inclus dans ce tissu social des processus d'innovation, de création, de décision (PÖLLMANN 2013, BATHELT et GIBSON 2013, LEVINE et alii 1999, GROSSETTI 2008, BRAILLY et FAVRE 2016).

3. Les essais sur le terrain

Notre pratique professionnelle et nos collaborations avec des laboratoires de recherche permettent d'illustrer des pratiques de recherche sur les salons : déambulation-lecture d'une industrie (MALLARD 2012), analyse de dispositifs marchands (COCHOY 2011), cartographie sonore (GAILLARD 2012), laboratoire social

sur les pratiques digitales (CAUCHET et DATCHARY 2012[1]). Et ces pratiques nous indiquent déjà que les FSC ne sont pas seulement objets de recherche possibles, mais terrains pour des recherches sur des champs tiers (une industrie, des comportements de consommation).

Ce pli des FSC sur la recherche elle-même, leur nature de terrain de recherche possible sur des champs tiers permettent de pressentir combien les FSC peuvent constituer des leviers d'exploration. Ils ne forment pas des microcosmes fermés, mais des mécaniques de « débordements ». Leur dispositif à la fois de concentration, de médiation et de prise sur une réalité extérieure, leur dissémination à la fois géographique, et dans les secteurs d'activité les plus multiples, leur ancrage dans la fabrication urbaine en font des machines de découverte et de construction de savoir.

C. Le Chemin de la Connaissance vers les Foires, Salons et Congrès

Partons maintenant de l'Economie de la Connaissance et la Société de l'apprentissage pour saisir la pertinence possible des FSC et déterminer les réciprocités entre FSC et Connaissance, FSC et Recherche et Innovation.

1. La prolifération de la connaissance et des besoins de proximités pour la connaissance

La prolifération de la connaissance, à la fois la croissance scientifique (information, population scientifique, géographie et réseaux (UNESCO 2015, CSRT 2014)) et son extension au-delà de la science vers des horizons de créativité, de savoirs et de pratiques du champ social, la règle de l'impératif d'innovation, les exigences de nouveaux ponts entre la Recherche et les marchés sont en quelque sorte homogènes à l'activité des FSC. Le fonctionnement de ces derniers repose justement sur l'encastrement des dimensions scientifiques et innovantes dans des processus économiques et sociaux. Les entreprises et leurs populations qui représentent la clientèle principale des salons et une part de celle des congrès deviennent des structures apprenantes, concernées par le management de leur connaissance, dont les ressorts relationnels (NONAKA et TAKEUCHI 1995, 2000) sont effectivement très

[1] MALLARD 2012, GAILLARD 2012, CHAULET ET DATCHARY 2012 ne sont pas des références à des articles, mais à des collaborations qui ont eu lieu dans le cadre professionnel. Voir PARTIE II, II, C. Essais sur le terrain

proches des FSC. Les starts ups, dont le phénomène ne fait que croître, sont fortement impliquées dans les évènements et leur culture n'est au fond pas si loin de celle des FSC. La culture digitale est loin de contredire les pratiques de liens physiques et de face-à-face, y compris par les populations les plus orientés sur les nouvelles technologies (TORRE 2006, CURINA 2017). Restent enfin les politiques publiques prises dans les défis d'un monde complexe (MORIN 2000) qui appellent aux échanges et aux rencontres, même si, et c'est une des dimensions de ce travail, les FSC ne font pas clairement partie des leviers identifiés.

2. La recherche dans les FSC débordera largement les objets des FSC

La recherche scientifique dans les FSC ne peut donc certes pas se limiter aux seuls objets des FSC et de leur production. Elle peut avoir différents niveaux, sur des objets tiers, en incluant les enjeux de valorisation de la recherche sur les marchés, de socialisation et de méthode de la recherche et de l'innovation. Il ne peut s'agir de rêver une science propre aux FSC et d'entrer dans les mêmes débats qui ont pu porter sur les sciences du tourisme et la « tourismologie » (HOERNER 2008). Cette recherche, comme nous l'avons déjà aperçu, ne peut être que pluridisciplinaire, transversale, et surtout impliquer l'ensemble des disciplines scientifiques (FRASCATI MANUAL 2015) et leurs propres orientations.

Ce qui importera sera de décrire les apports réciproques des travaux de recherche à la fois pour les professionnels des FSC et pour les acteurs de la Recherche et de l'Innovation : des apports en termes de croissance de la Connaissance, en termes de méthodes et savoirs de développement des process de Recherche et d'Innovation, de leviers de valorisation et de développement d'innovation, de création de contenus dans les manifestations ou de débouchés, en termes aussi de visibilité et de communication, d'opportunités de partenariats, de pilotage et de politique. Et il faut inclure deux autres types d'apports, pour les FSC, de structuration de la filière et d'échanges avec la Recherche et les écosystèmes innovants ; pour la Recherche, de renforcement de son rôle dans la Société, et de croissance des échanges avec les Marchés.

Les mécanismes de réciprocité sont bien au-delà des savoirs et débordent sur des approches pragmatiques en relation avec les intérêts économiques et sociaux des

acteurs. C'est sans doute là un des grands leviers possibles pour mobiliser les uns et les autres sur une Recherche et Innovation dans les FSC.

IV. Désir et créativité

Les FSC forment un monde de rencontres, les engagements des uns et des autres sont essentiels. N'est-ce pas alors tout simplement l'absence de désir des uns et des autres qui conduit à la faible existence de recherche dans les FSC. Et demain, cette faiblesse de désir ne sera-t-elle pas cause de l'impossibilité de se saisir de l'opportunité que nous énonçons ? Et comme nous connaissons un peu la filière, il nous apparaissait aussi impossible d'imaginer développer un Recherche et Innovation dans les FSC sans reconnaître les processus existants de créativité, comme si les transformations et l'histoire de cette filière depuis plus d'un siècle venaient de nulle part. Ces processus pourront être des leviers d'articulation avec des nouveaux processus de Recherche et Innovation. Nous avons donc mené une étude qualitative auprès de chacun des deux grands groupes d'acteurs impliqués : les professionnels des FSC et les professionnels de la Recherche et de l'Innovation.[1] Elle repose sur deux volets, celui du désir et celui des pratiques de créativité dans la profession des FSC.

A. Existe-t-il un désir de recherche et d'innovation dans les Foires, Salons et Congrès ?

Pour une meilleure lisibilité nous aborderons d'abord ce qui rend désirable ou freine la recherche et l'innovation dans les foires, salons et congrès aux yeux de ceux qui y font profession. Puis nous nous tournerons vers ceux qui appartiennent aux champs de la recherche et de l'innovation. Peuvent-ils désirer s'investir dans une Recherche et

[1] 67 entretiens en face-à-face, très majoritairement avec une seule personne (quelques groupes de deux), semi-directifs, d'une durée de 60 à 90 minutes, auprès de 23 professionnels de la recherche (directeurs de Recherche, chercheurs, enseignants-chercheurs professeurs et maîtres de conférence, administratifs, directeurs et responsables de SATT et de CCSTI, de société de consulting, d'agence régionale d'innovation, de revue sur l'innovation, de start up) et auprès de 51 professionnels des FSC (organisateurs, gestionnaires de sites, prestataires de services, organismes fédératifs, représentants de Ministères, de collectivités territoriales, élus et administratifs, Consultants spécialisées dans le domaine, Responsable d'écoles spécialisées dans les métiers de l'évènementiel, directeur de magazine)

Innovation dans et avec les Foires, Salons et Congrès ? Peuvent-ils désirer s'intéresser aux FCS pour leurs propres projets de recherche et d'innovation ?

1. Les professionnels des FSC

Pour les professionnels des FSC, il n'y aura pas de mouvement d'ensemble fort et décisif, à court terme, pour investir dans une Recherche et Innovation dans la profession.

Oui, il faut investir, les professionnels le reconnaissent, parce qu'ils prennent conscience d'un moment de bascule dans le métier et les marchés des FSC, avec une filière qui se professionnalise (phase de gestion et de rationalisation après la réussite facile, besoins en valeur ajoutée, structuration, nouveaux entrants), des risques qui se multiplient (effet de concentration des acteurs, complexité du marché, pays émergents, révolution digitale, enjeu climatique, …). Le pragmatisme exige de saisir des opportunités de nouvelles conquêtes. Le métier est celui de la créativité permanente d'un monde d'artisans et de saltimbanques, d'expériences et de passion et il faut du rêve et du désir. Certaines personnalités, dans cet univers atomisé, marquent et sont plus entreprenantes pour innover, éventuellement créer des collaborations de recherche ponctuelles. De plus en plus de projets conduisent à des méthodes de collaboration ouverte, avec des profils variés, hors de la profession. Et le goût de transmettre est essentiel : transmettre ses savoir-faire, ses idées, ses intuitions, et la recherche serait alors joignable par la formation.

Mais le non domine : investir semble illusoire, ce monde des foires, salons et congrès est si complexe, un événement est à la fois beaucoup et si peu dans le monde qu'il rassemble et qui le dépasse (taille des manifestations au regard de l'ampleur des filières, des territoires, des infrastructures). Les acteurs sont multiples, dispersés, de nature hétérogène (métiers, mixte public-privé, culture nomade-culture sédentaire), la « filière » même existe-t-elle (noms multiples, définition vague, visibilité globale faible de la chaîne de valeurs, des interactions et des rôles de chacun, collectif faible, image défaillante) ? Nous sommes dans l'éphémère, le temps court, il faut réussir l'événement qui va arriver, là devant nous, dans quelques mois, dans quelques semaines. Et puis, le problème est-il si grave : l'activité est encore en croissance,

toujours résistante malgré la crise[1], les pouvoirs publics investissent, localement les marchés sont captifs. La rentabilité est encore là. Et un salon sera toujours un salon, de l'intendance et pas plus, basique. Est-ce que le modèle que nous utilisons, à trop y toucher, ne sombrerait pas ? Ce serait dommage quand tout va encore bien.

2. Les acteurs de la Recherche et de l'Innovation

Pour les acteurs de la Recherche et de l'Innovation, le propos prend d'autres formes, mais suit la même parallèle. Il n'existe pas de désir spontané et naturel des acteurs de la Recherche et de l'Innovation vers les FSC.

L'optimisme laisserait penser que des bases sont bien là. L'enclave des congrès dans la vie scientifique est structurelle (parcours du chercheur, jeux d'influence, rites, liens avec les industriels, métier d'organisateur, conversation scientifique). Les manifestations offrent (plus potentiellement que réellement toutefois) des possibilités transversales et pluridisciplinaires de recueil de données, de pratiques d'expériences, de panorama de secteur d'activité. La science peut s'exposer, se théâtraliser et rencontrer la société civile. Existent bien des opportunités de valorisation et de partenariat, la création de zones de confiance avec les marchés. Les salons peuvent entrer dans le processus même d'innovation des industries. Mais au fond les FSC n'affectent pas le monde de la recherche, ils n'en sont pas encore assez proches, plus exactement la proximité avec la recherche n'est pas perçue[2]. Il manque des liens personnels, des émotions, le sens de grand dessein possible, au moins celui de servir la connaissance.

Les freins sont réels. La Recherche n'est pas une machine à disposition, qui se lance par curiosité sur n'importe quel sujet, mue par une vitalité naturelle. Schématiquement se dessinent trois grands types de limite au désir. Le premier est lié à l'état de la Recherche elle-même. Les chercheurs combattent parfois avec ardeur pour défendre leur marge de manœuvre au sein même de leur propre recherche face aux

[1] Nous ne sommes pas là dans le bouleversement actuel dû à la pandémie du COVID 2019.

[2] Il y aurait une étude à faire sur une série de manifestations dédiées à la recherche et à l'innovation -souvent le thème de l'innovation domine-, qui créent une proximité opérationnelle entre la recherche et la forme des salons ou conventions d'affaires, à l'instar des Rendez-vous Carnot. http://www.rdv-carnot.com/ « Le Rendez-vous de la R&D pour les entreprises ».

tâches administratives, aux quêtes de financement, aux impératifs de l'innovation qui oublient le temps même du travail scientifique. Le second est lié à l'étroitesse aujourd'hui du champ de recherche sur les FSC. Il ne présente que peu d'avenir pour les chercheurs. L'image de cette industrie qui n'en est pas une n'attire pas. Il s'agit aussi de savoir si cette recherche doit servir la recherche elle-même ou se substituer au trop faible investissement de la profession dans ce domaine (« nous ne sommes pas là pour faire votre révolution » rétorque un chercheur au professionnel). Le troisième appartient aux pratiques des acteurs de la recherche et de l'innovation dans les FSC. Leur expérience de l'organisation des congrès n'est pas concluante et n'aiguise pas les envies d'aller plus loin. Les salons ne semblent pas être si compétitifs pour répondre aux enjeux de médiation, de construction de réseau ou de liens avec les marchés. Les retours sur investissement de participation à des salons ne convainquent pas et créent même des frustrations.

3. Une certaine indifférence

L'équation des faveurs et des défaveurs est donc déséquilibrée. Mais il s'agit moins d'opposition, que d'une certaine indifférence, une absence d'affects réciproques de part et d'autre. Les arguments favorables ne sont pas courts, simplement ils n'ont pas assez cours et n'habitent pas les conversations. Les arguments défavorables tiennent plus de la distance, de l'invisibilité du sujet, pas de priorité, pas d'opportunité, pas d'envie, trop de confort, trop de complexité, trop de morcellement. Aucune des personnes sollicitées ne s'est refusée à l'exercice. Mais il manque les liens personnels, les émotions, le sens d'un dessein possible. Les mondes des FSC et de la Recherche et de l'Innovation se croisent, mais ne se connaissent pas. Même les évidences échappent : aucun des professionnels interrogés n'a fait de lien entre le monde de la recherche et son propre portefeuille d'affaires ou ses enjeux d'influence dont les acteurs de la recherche peuvent être d'importants leviers.

Il sera en tout cas illusoire d'attendre le feu d'une volonté centrale qui verrait l'enjeu et entraînerait les troupes. Il est préférable de se tourner vers des initiatives locales, peut-être mises-en-série, directement liées à des intérêts opérationnels de part et d'autre des mondes, pour les professionnels, pour les acteurs de la recherche et de l'innovation. Quant à voir l'opportunité que nous énonçons, elle n'éblouit personne. L'innovation peut encore sonner l'appel, pas la recherche. Notre question appartient

donc bien à la marge, une position autre, une contre-position. Mais cela est-il finalement si loin de ce que sont les FSC eux-mêmes, à la fois espace-temps institués et zones franches, exceptions, hétérotopies pour reprendre le mot du philosophe Michel Foucault ? Il nous faut alors regarder à l'intérieur du champ des FSC, dans leur processus de créativité si des lignes ne sont pas à suivre qui indiqueraient des proximités avec la démarche même de la recherche.

B. La créativité des professionnels des Foires, Salons et Congrès : manières de chercher et d'innover.

Le monde des FSC n'a cessé d'évoluer, les pratiques de recherche et d'innovation ont donc bien lieu, mais sous un autre nom, sous une autre forme, sans se dire et sans se reconnaître. Il s'est donc agi dans notre étude de s'interroger sur les puissances de recherche et d'innovation au sein de la filière, pour découvrir ce que la profession PEUT.

1. La méconnaissance des pratiques

La tâche n'est pas aisée parce que les audaces, les manières et les pistes d'innovation sont souvent méconnues au sein de la filière elle-même. Dans cette filière tout commence et finit avec les hommes, mais la culture est d'abord orale. Ce que les gens savent et ont fait ne tient que dans leurs paroles et leur mémoire. Il n'est pas rare d'entendre un professionnel de la filière rappeler que ce qu'il fait est bien un métier : « c'est un métier », comme si cela pouvait ne pas l'être.

Comment la profession cherche et innove ne se lit pas dans les livres, ni dans les organigrammes, à part ponctuellement un directeur de l'innovation. Le marketing lui-même n'est pas le levier de création de produits qu'il peut être dans les industries et les services.

Si nous essayons de schématiser une perception de l'innovation dans la filière, en suivant les trois grandes sources, les sites, les prestataires, les organisateurs, seule l'innovation chez les organisateurs semble porter une valeur qui la place à la hauteur de la filière. Les innovations sur les sites sont assez faiblement intégrées à la lecture de

l'innovation dans la filière. Et le grand ensemble hétérogène des prestataires, avec leurs savoir-faire, leur créativité ne passe pas non plus, encore moins, le seuil des perceptions de l'innovation [1]. Cela est assez paradoxal dans la mesure où les prestataires, c'est-à-dire au fond la quasi-totalité des métiers de la profession, rassemblent de très nombreuses initiatives innovantes en rapport avec leurs technologies, mais elles se confondent avec le tout de l'évènement. Innover est d'abord créer des évènements.

2. Quatre leviers de la créativité

L'innovation est ainsi sans clair visage et pour saisir la créativité de la filière, il faut la recomposer avec les fragments des discours. Nous pouvons identifier au moins quatre leviers de créativité : les situations et les exigences de la commande des clients ; la culture propre des FSC de la culture et de l'engagement ; la tentative à formaliser une nouvelle oralité ; enfin, en provenance de l'extérieur, le rôle des transferts technologiques et normatifs.

a. Cas de la commande et sagesse de la vitesse

La créativité dans la filière se fait au cas par cas, souvent à l'échelle d'une manifestation, qui devient une condition de la recherche et non pas un obstacle. Et chaque cas n'est jamais clos et ouvre sur un réseau d'autres cas, en raison de la nature ouverte, répétitive et dépliable des manifestations. Les professionnels pensent et agissent toujours au milieu d'une situation et d'un complexe d'éléments : « D'où

[1] A titre de comparaison, un rapport de l'entreprise Deloitte (En 2007, l'Institut für Messewirtschaft de l'Université de Cologne, a collaboré avec le cabinet de consulting Deloitte pour la production d'un rapport sur l'innovation dans la profession : « Alles neu – Wie innovative sind deutsche Messegesellschaften ? » Comment les entreprises de Foires d'Allemagne sont-elles innovantes ? La priorité du sujet aux yeux des experts de la profession est bien énoncée, toutefois la conclusion s'intitulera : « Der frische Wind ist derzeit eine leichte Brise », « le vent nouveau est encore aujourd'hui une brise légère », http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Germany/Local%20Assets/Documents/de_CB_R_InnovMessegesellschaften_070109.pdf) donne la liste hiérarchisée suivante des points-clefs d'innovation des sociétés allemandes de foires : 1. Développement de nouveaux concepts de manifestations (contenus et implantations géographiques) ; 2. Internationalisation des manifestations existantes ; 3. Poursuite du développement des services auprès des exposants et des visiteurs ; 4. Optimisation des processus de production des événements ; 5. Poursuite des développements des infrastructures ; 6. Optimisation des processus internes de management ; 6. Construction et exploitation de système de management de la clientèle ; 7. Mise en place et exploitation de coopérations ; 8. Appel à des formes alternatives de financement. Op.cit., p. 5. 13 ans plus tard, il semble difficile de dire que le vent se soit réellement levé.

vient le soleil, comment se déplacent les gens, comment faire avec l'eau, avec la terre ? ». Leur recherche se fait par le milieu. Leur créativité s'exerce en réponse à une commande et c'est sous l'impératif de la commande que se cristallisent les forces et les savoir-faire. Cette commande de mettre la vitesse de création et d'exécution est au cœur des pratiques. Comment faire vite et bien ? Il existe une sagesse de la vitesse dans la profession, un art de la composer, d'en faire un outil complexe qui sauve la création, qui sait aussi prendre à contre-temps les impératifs de l'urgence. Plus l'artisan manie la vitesse dans son travail plus il sauve les fonctions temporelles des manifestations auxquelles il contribue. Ces mises en séries de cas, cette créativité intuitive dans les situations, les contre-temps critiques dans la vitesse sont des voies d'accès à une connivence entre les acteurs des FSC et les chercheurs.

b. Culture et engagement

Peut-être arrivons ici dans le plus évident et pourtant oublié, les FSC sont des plateformes de culture et d'engagement par nature, qui sont des ferments de la créativité. Ils appartiennent aux Industries créatives (DELACOUR et LECA 2008), en tant que lieux de médiation, en tant que dispositifs majeurs sur les marchés, par exemple, de l'Edition, de l'Art, du Cinéma ou de l'Economie digitale. Ils sont lieux même de culture, liés aux territoires et aux mondes qui s'y rassemblent. Leurs formes d'ouverture, de rencontres et de mélanges, outre leurs traditions parfois fortes, sont mécanismes de production culturelle. Cette culture est aussi « culture interne » d'une profession, malgré son morcellement, et traduit d'abord un esprit de corps artisanal, certes fragile, une conscience de son art qui entraîne les vigueurs créatives. Les FSC sont aussi des « manifestations », actions d'engagement -et sans doute cela est-il un des motifs de la pertinence des FSC aujourd'hui - qui sont elles-mêmes motrices de la créativité, de la mobilisation à trouver des solutions. Cet engagement est celui qui anime les professionnels dans leur art, leur sens de la fabrication et de la méthode. Il est aussi engagement pour une possible grande cause, d'autant plus que le cœur cyclique des FSC conduit à la fidélité et à la persévérance.

c. La tentative de formalisation d'une nouvelle oralité

« Les gens se parlaient ». Tracer des lignes sur le sol et les paroles entre les hommes pouvaient suffire à la naissance d'une manifestation. L'oralité est au cœur des

pratiques et des traditions dans les FSC. Mais elle semble parfois, dans un contexte de professionnalisation, s'étioler. Les professionnels tentent de formaliser ou renforcer des cercles ou des laboratoires de collaboration, en interne ou avec leur clients et fournisseurs, au sein des communautés qu'ils servent et au sein de leur propre filière, avec des expertises et regards extérieurs.

d. Les transferts technologiques et normatifs, et les points de fuite vers la société

Comme toute activité, celle des FSC innove en imitant et en important d'autres industries des technologies. Et il peut sembler que les seules innovations réelles sont avant tout le fruit de ses importations, notamment par l'intermédiaire des prestataires, par les exigences techniques et organisationnelles de certaines manifestations ou par l'évolution des bâtiments. La vague digitale semble parfois dominer tout le propos sur les transformations futures. Il faut ajouter l'aiguillon des normes, avant tout sur les objectifs de développement durable et de RSE qui conduisent à transformer les pratiques et trouver de nouvelles solutions. Toutefois nous ne sommes pas dans n'importe quelle activité, mais dans celle où la technologie elle-même s'expose et sort de ses chaînes industrielles habituelles (technologie déchaînée), où les conversations et les réseaux sont au moins aussi premiers que dans la sphère du web et où normes et valeurs des filières trouvent leur terrain de diffusion et d'expression.

Autrement dit, ces importations technologiques et normatives peuvent faire naître, même si aujourd'hui de manière à peine travaillée, un questionnement critique sur ce qu'est le technologique, le normatif et le digital dans notre modernité. Elle agit ainsi sur elle-même et se place comme ouverture, dehors de notre société moderne, exercice même de notre temps. Elle retrouve une créativité largement imbriquée dans ses manières d'être un terrain social. A cela il faut toutefois constater l'inverse possible, une capture des FSC par les acteurs de la société pour créer leur propre expérience des évènements. Ce sont les FSC qui deviennent technologies eux-mêmes « open source » pour les autres : aux professionnels donc de savoir intégrer ses échappées de leurs modèles dans leur manière de penser leur innovation.

Si le désir d'une Recherche et Innovation dans les FSC voisine avec une certaine indifférence, cela ne signifie pas l'absence de désir et d'engagement ni parmi les

acteurs de Recherche et de l'Innovation sur ces champs d'intérêt, ni dans la profession, largement investie dans ses processus créatifs. La méconnaissance, en revanche, domine. Si les recherches sur les FSC ne sont pas connues, si les chercheurs eux-mêmes ne se connaissent pas entre eux et si la profession ne sait pas qu'ils existent, la créativité, elle-même, reste dans l'obscurité, paradoxe dans un monde qui expose, montre, exprime. Se rencontrer sera donc déterminant pour quitter cette méconnaissance et sans doute levier essentiel pour toute construction d'une Recherche et Innovation dans les FSC.

V. Recherche et innovation dans les Foires, Salons et Congrès

Si nous pouvons affirmer l'existence de l'opportunité de constituer une Recherche Développement et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès, il nous faut maintenant dessiner quelles formes elle pourrait prendre. Tout au moins, puisqu'aucun modèle aujourd'hui existe, quels en seraient les premiers éléments : les acteurs concernés, les objectifs, les leviers, la structuration des dispositifs de recherche et d'innovation ? Comment tout le réseau de fonctions de connaissance et la recherche scientifique elle-même peut créer une dynamique de Recherche et d'Innovation, de production de connaissance et de créations innovantes, au bénéfice des FSC et au bénéfice des réalités servies, en particulier la Recherche et l'Innovation elle-même ? Et il nous faut aussi nous confronter à la manière de faire naître cette Recherche et Innovation, puisque nous savons qu'aucune spontanéité ou volonté ne sera assez forte pour faire grandir un tel processus d'un bloc. Nous essaierons alors de saisir en quoi les évènements peuvent tenir eux-mêmes un rôle central pour construire cette Recherche et Innovation et sa stratégie de développement.

A. Pour construire les bases d'une stratégie de Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès

La constitution d'une Recherche et Innovation dans les FSC implique de dessiner un système de connaissance avec les principales mécaniques de production de connaissance en relation avec les FSC, celles externes des FSC auprès de leurs clients au sens le plus large et celles internes des processus de créativité et de savoir au sein de l'activité des FSC. Et il sera alors visible que les objectifs d'un tel système

dépasseront largement ceux du seul périmètre des FSC. L'ambition pourra être grande.

1. Les fonctions externes de connaissance

Toute idée de Recherche et Innovation dans les FSC ne peut se départir de la mission propre des FSC de servir des tiers. Nous pouvons définir trois grands plans de services. Le plan principal est celui des « clients » proprement dit, c'est-à-dire la série hétérogène des mondes et des territoires servis par l'activité des FSC. De ce plan, nous extrayons deux autres plans pour faciliter l'analyse, celui de la Recherche scientifique et de l'Innovation (à la fois monde lui-même et transversal à tous les mondes et territoires) et celui d'une économie et société de la Connaissance, en tant que mutation sociale, au-delà de la seule sphère scientifique et technique, sans pour autant englober l'ensemble de la réalité des Mondes et des Territoires. Il existe un cercle vertueux entre la constitution d'une Recherche et Innovation dans les FSC et la croissance des propres fonctions de connaissance de ces derniers au bénéfice des plans de services. Ces fonctions de connaissance peuvent être réunis schématiquement en sept groupes :

- Les fonctions de production de contenus et d'activités scientifiques (parmi lesquels se trouvent de manière rare l'ensemble des travaux de recherche directement orientés sur le champ des FSC -voir partie II),

- Les fonctions de configuration des champs d'activité,

- Les fonctions de socialisation et de formation,

- Les fonctions d'exposition et d'apparition du nouveau,

- Les fonctions de positionnement et d'affaires sur les marchés (au sens le plus large, y compris la scène internationale scientifique),

- Les fonctions géographiques de territorialisation/déterritorialisation et proximités,

- Les fonctions politiques et stratégiques.

2. Les fonctions internes

Les fonctions internes de connaissance appartiennent à deux cercles de production de connaissance des FSC, celui de sa créativité et de son innovation telle que nous l'avons décrit dans la partie précédente (Désir et Créativité), cette sorte de chambre obscure de l'innovation, mal connue par les acteurs mêmes des FSC, et celui de l'ensemble des connaissances explicites produites par l'enseignement au sein du secteur de l'évènement et par l'ensemble des rapports et études (études de marché, statistiques, analyse des retombées économiques et sociétales, rapports de synthèse sur la filière, formalisation des politiques publiques, …) au sein de la filière réalisés par les fédérations et associations professionnelles, les organismes publics et assimilés, les entreprises elles-mêmes, enfin quelques experts consultants, médias et maintenant starts ups aguerries sur le traitement des datas. Ce dernier ensemble a d'abord pour fins les politiques de développement, de promotion et de professionnalisation de la filière en tant que telle et de son rôle dans les politiques publiques. La recherche scientifique y est faiblement intégrée hormis en Allemagne. Les consolidations sont faibles ou inexistante entre les pays, les ponts entre ces deux cercles manquent d'intégration réciproques.

B. Système de connaissance

L'ensemble des fonctions externes et internes de connaissance se distribuent donc en trois cercles : celui de la Recherche proprement dite, animé par les chercheurs eux-mêmes à des fins de connaissance et de développement des sciences et les deux cercles des FSC, celui de la Créativité et de l'innovation et celui des Etudes, rapports et enseignements, à des fins d'innovation et de politique de filière. Mais cet ensemble de fonctions reste, dans la réalité, dispersé dans un monde de pratiques plus complexes. Il n'existe pas en tant que tel. Les supports des relations qui pourraient s'y nouer sont de quatre ordres : la rencontre des acteurs, non pas systématiquement, mais dans des échanges localisés et ponctuels ; des points de communautés d'attitudes entre les chercheurs et les professionnels (attitudes intellectuelles et affectives, certaines intentions stratégiques, des enjeux de croissance et de structuration de la filière …) ; la poursuite des intérêts de chacun (la connaissance, le

développement commercial, les politiques territoriales, la professionnalisation) ; et enfin les apports réciproques, essentiels, mais insuffisamment perçus.

Cet ensemble est un schéma potentiel d'un système de connaissance dont il faut alors chercher à définir des repères de logique générale et un cadre d'objectifs. Sans modèle, il est préférable de s'en tenir à une sorte d'empirisme de mise en mouvement du système : donner un rôle majeur aux individus et aux réseaux comme support de cohérence ; préférer les transversalités des savoirs, les pratiques de décloisonnements, plutôt que les programmes et les homogénéités ; utiliser les leviers de la pluralité des champs concernés des populations, des territoires, plutôt que la quête d'un moteur central ; jouer sur les vitalités des cultures et des désirs et enfin profiter des visions larges que peuvent créer les engagements. La définition des objectifs possibles n'a pas, elle, à s'en tenir à la petitesse de l'activité des FSC. Les horizons peuvent être larges : contribuer aussi bien aux défis sociétaux et au développement de la société de la connaissance, à la croissance de l'innovation des mondes et des territoires, au développement de la recherche scientifique que, finalement, aux transformations et à la compétitivité propres des FSC. Il faut imaginer des objectifs précis aussi bien sur le champ de la connaissance, des affaires, de la politique que sur celui des structurations des activités.

Mais cette base une fois construite des cercles de production de connaissance, de leurs relations et des objectifs possibles, reste la question centrale des modalités de réalisation. Et il est certain qu'il ne faut attendre aucune grande décision ni volonté programmatique. Il faut s'en tenir aux grains de la réalité de cette activité des FSC dans ses dispersions et ses pluralités.

C. Les foyers des évènements

Il faudrait des années pour mettre en place des structures de Recherche et Innovation dans les FSC, or tout est déjà là dans la multiplicité et la géographie éclatée des évènements qui sont autant de cas possibles, de « micro-centres » de Recherche et d'Innovation. Elles permettent une Recherche et Innovation à entrées et implantations multiples, fonctions des cas temporaires et cycliques sur tel et tel territoire, dans tel ou tel monde social, dans telle ou telle filière économique ou discipline scientifique, etc… Et chaque cas local offre lui-même des compositions singulières d'enjeux, de

méthodes, de contenus scientifiques et innovants, qui peuvent constituer des projets pluridisciplinaires, exiger des schémas de transversalité entre les disciplines scientifiques ou entre les strates scientifiques, économiques et sociales. La genèse de cette Recherche et Innovation sera donc polycentrique et possiblement hétérogène d'un centre à l'autre.

Cette dispersion géographique est aussi formée de « routes », même si aujourd'hui elles ne sont que très rarement identifiées et valorisées dans la profession. Autrement dit, Il est possible d'envisager, via ce réseau de routes inter-événements, des leviers de propagation et d'imitation des projets de Recherche et Innovation. Ces réseaux de circulation n'ont pas besoin d'être constitués directement à des fins de Recherche et d'Innovation, ils empruntent les voies déjà formées ou en cours de formation en relation avec les intérêts propres de chaque groupe d'acteurs.

L'enjeu est donc aujourd'hui moins de vouloir que de connaître les puissances propres de médiation et de communication des manifestations, pour identifier les puissances et les opportunités de Recherche et Innovation (voir combien tout est là). Ce plan des cas-évènements doit être reconnu, identifié. Son modèle n'existe pas aujourd'hui, il faut apprendre à lire les cas-évènements en fonction de leur intensité de connaissance. Une telle lecture ne demande pas une forte interprétation. Elle peut s'exercer au moins à quatre niveaux : la thématique même des manifestations (des congrès scientifiques aux salons sur les domaines des industries créatives ou des industries à forte R&D) ; l'identification des acteurs, des contenus et des communications liées aux thématiques de la Connaissance ; les formats et les modes de production des manifestations elles-mêmes, les proximités territoriales avec des organismes à forte implication dans la Recherche et l'Innovation (universités, laboratoires, entreprises, agences publiques, …).

Entre les lectures précédentes de relation des évènements avec la Connaissance, le périmètre large des types de Recherche et Innovation (largement au-delà du seul champ FSC) et les objectifs de Recherche et Innovation ouverts déjà identifiés (Connaissance, affaires, politique ou configuration d'activité), le plan des cas-évènements à l'échelle planétaire offre des opportunités multiples d'émergence de projets de Recherche et Innovation.

D. Qui ?

Qui dit évènements dit rencontres. Le développement d'une Recherche et Innovation à partir du plan des cas-évènements implique une mécanique de mise en réseaux d'individus avant tout. Elle signifie aussi la création de « zones de confiance » entre les acteurs de la Recherche et ceux des FSC. Autrement dit, la création d'une Recherche et Innovation se fera par capillarité sociale. Nous imaginons deux volets, pragmatiques l'un et l'autre, partir des précurseurs, de ceux qui sont déjà à l'initiative et envisager des actions de rencontres au bénéfice des affaires de chacun.

Faciliter la Recherche, d'une manière ou d'une autre, passe par l'identification des personnes qui ont déjà choisi l'aventure, sans attendre que le paysage soit suffisamment défini. Ils sont du côté des chercheurs et du côté des professionnels. Parmi les premiers, il faut compter ceux qui déjà étudient et écrivent sur le champ des FSC et ceux qui sont investis dans l'usage de dispositifs FSC dans le cours de leur carrière, de leurs activités et de leurs missions[1]. Pour les seconds, il s'agit de ceux qui accordent, dans leur entreprise de la filière FSC, la priorité à la recherche, à la créativité et à la transmission dans les formes plus larges, aussi bien dans les discours que dans les actions. A chaque fois, il s'agit d'identifier les acteurs, leurs actions, créer des modes de reconnaissance et de communauté, valoriser les actions d'échanges et de transmission.

Plus largement, nous avons compris que ces réseaux support d'une Recherche et Innovation devait assurer les affaires de chacun : toucher des « clients », des partenaires, faciliter des trocs et les dispositifs avantageux entre les professionnels des FSC et des acteurs de la recherche pour faciliter leurs actions de rencontres,

[1] Il faut faciliter leur reconnaissance, leur connaissance mutuelle, contribuer à construire une communauté. Cela peut se faire à des échelles locales, à l'initiative d'un gestionnaire de parc, d'un organisateur, évidemment d'une fédération : créer des clubs d'ambassadeurs, encourager les laboratoires par l'utilisation du dispositif CIFRE, dresser une cartographie des savoirs sur les FSC, composer une bibliothèque (aujourd'hui seule l'AUMA en Allemagne mène ce patient travail, mais accessible étant donné le faible nombre des travaux). Mais le cercle peut s'étendre plus facilement à considérer les acteurs de la Recherche très investis dans l'usage des dispositifs de FSC dans leur carrière, activité et recherche. Le cas le plus classique est le chercheur, impliqué dans l'association de sa discipline à l'échelle nationale ou internationale, dans l'organisation de congrès. Mais il faut regarder aussi, de plus en plus, les acteurs de la valorisation engagés dans la création de partenariat Recherche-Industrie. Nous savons d'expérience que les possibles sont nombreux et que la base de leur succès pourra être le climat de confiance et d'échanges qui aura pu se créer localement entre des représentants d'une entreprise de FSC et ceux d'une cellule de transfert technologique.

l'engagement de jeunes chercheurs (type CIFRE), développer une connaissance des réseaux et des contacts utiles, valoriser les mécanismes d'influence pour les uns et les autres, avec l'introduction dans les milieux des uns et des autres.

Développer une Recherche et Innovation dans les FSC ne peut s'imaginer dans l'attente d'une prise de conscience collective, d'une lame de fond volontaire, d'une politique qui se prononce, mais au plus près de la réalité complexe et multiple des acteurs impliqués du côté des FSC, de la Recherche et de l'Innovation, des Mondes et des Territoires. Les évènements et les cristallisations qu'ils créent deviennent des foyers possibles au bénéfice de tous, jusqu'à ce que des lignes, des routes, des intégrations laissent lire par segments plus ou moins grands la force des réponses possibles à des défis vastes de la Connaissance. La tâche est donc accessible parce qu'elle peut commencer n'importe où, n'importe quand. Elle est d'ailleurs déjà commencée quelque part.

VI.Conclusion

Ce long chemin dans une vallée déjà dessinée, mais insuffisamment regardée entre la Connaissance et le monde des FSC, est un cercle vertueux. Ce travail ne dit rien d'autre que l'extrême accessibilité des forces des dispositifs FSC pour participer de manière majeure aux enjeux de la Connaissance de la Recherche et de l'Innovation, des Mondes et des Territoires. Cette accessibilité peut s'intensifier de toutes petites lignes déjà tracées de la Recherche sur le minuscule champ des FSC. Elle peut être le germe à la fois d'évolution et de transformation de l'activité des FSC et aussi simplement de collaboration, de nouveaux voisinages entre la Recherche et les FSC. Tout est toujours ouvert sur le dehors. Les chercheurs investis sur les FSC ne le sont que rarement exclusivement, ils ouvrent donc la porte sur d'autres mondes. Et nous avons vu que le paysage de recherche sur les FSC a une ligne de fuite, mais autant de force, directement sur les enjeux de connaissance. Les FSC sont des machines de connaissance. Et mieux les connaître, c'est alimenter leur efficace pour la Connaissance. Et puisque l'Economie, la Société sont ainsi de Connaissance, les professionnels eux-mêmes des FSC, à leur service, accompliront mieux leur mission et assureront leur pertinence dans notre modernité complexe et changeante. Il est possible se donner quelques pistes, déjà, des lignes pour une Recherche sur les FSC, qui toujours, d'une manière ou d'une autre, déborderaient au-delà d'elles-mêmes et

des exemples de plans d'innovation. Nous imaginons, au premier abord, trois axes : Espace-Temps, Connaissance, Paroles et Choses. Le premier axe de recherche aurait deux voies, celle d'une géo-recherche sur les FSC, avec pour thème les réseaux, les territoires, les populations, l'économie-monde, la géographie urbaine et la géopolitique, et elle d'une « hétérotopologie[1] » des FSC : leurs modes de temporalités, leur virtuel, le rapport à la fiction, les formes de dégagements et de résistances aux contraintes sociales et économiques. Le second, sur la Connaissance, aurait aussi deux pistes, l'une sur les pratiques de Connaissance, avec pour thèmes la socialisation scientifique, la territorialisation des savoirs, la valorisation de la recherche et l'implication des filières industrielles, l'autre sur les nouvelles formes de recherche, avec les modes de démonstrations et d'exposés scientifiques sur les FSC, les nouvelles plateformes de recherche, l'open innovation. Enfin le dernier axe sur les Paroles et les Choses s'articulerait d'une part sur les conversations avec les thèmes de l'oralité, des actions du langage des distances sociales, de l'audition, et d'autre part, sur la théâtralisation des marchés, c'est-à-dire leur mise en scène, l'architecture et l'urbanisme, les lieux. Ce cadre n'est que provisoire et fait pour en sortir, mais il illustre brièvement les possibles. Les plans d'innovation dans les FSC sont multiples. Nous pouvons imaginer un plan sur les mécanismes de décision permis dans les FSC par rapport à la complexité croissance de notre temps, un autre sur la priorité qui pourrait être donner dans les salons à l'exposition de la recherche, un troisième sur le très vaste et riche sujet de l'architecture et de l'urbanisme, un autre sur l'exploration du monde de la fiction, un dernier provisoire sur la formalisation de kit à usage des politiques publiques de développement économique des territoires et de recherche et d'innovation. Jamais il n'y eut autant de foires, salons et congrès dans le monde et jamais celui-là ne plaça la Connaissance autant au cœur de ses mécanismes

[1] Hétérotopie est un mot utilisé – peut-être inventé, en même temps qu'une hétérotopologie - par Michel FOUCAULT. Des espaces autres, Dits et Ecrits, T.IV, 1980-1988, Editons Gallimard, 1994, p. 752-762, écrit en 1967. *« Il y a également, et ceci probablement dans toute culture, dans toute civilisation, des lieux réels, des lieux effectifs, des lieux qui sont dessinés dans l'institution même de la société, et qui sont des sortes de contre-emplacements, sortes d'utopies effectivement réalisées dans lesquelles les emplacements réels, tous les autres emplacements réels que l'on peut trouver à l'intérieur de la culture sont à la fois représentés, contestés et inversés, des sortes de lieux qui sont hors de tous les lieux, bien que pourtant ils soient effectivement localisables. Ces lieux, parce qu'ils sont absolument autres que tous les emplacements qu'ils reflètent et dont ils parlent, je les appellerai, par opposition aux utopies, les hétérotopies (…) ».*

économiques et sociaux. Nous n'avons fait que dire que la rencontre entre les FSC et la Connaissance arrive et sera décisive pour tous.

VOLET 2 : LA THESE EN DETAIL

PARTIE I. PERIMETRE ET DEFINITION : Aller au-delà des manifestations et unir Foires, Salons et Congrès dans une même série.

A s'en tenir aux seules manifestations, Foires, Salons et Congrès, structurer un processus de Recherche et Innovation pourrait paraître exagération et sans doute même un travers duquel ce monde d'artisans, en partie nomades et dresseurs de tentes, saltimbanques comme il se dit parfois, devrait se tenir à distance. Mieux vaut poursuivre ses propres et seuls efforts créatifs et y cultiver son jardin. L'intérêt de notre interrogation repose sur l'extension du périmètre, non pas par acte théorique, mais en se plaçant au cœur des Foires, Salons et Congrès qui sont par nature des passages de frontières, des bascules sur des univers plus grands, des dissémination géographiques multiples, des connexions avec des champs autres, des mondes, des territoires, des circulations, etc…Nous serons donc au-delà des manifestations.

Après ce regard vers les extérieurs, nous nous tournerons vers l'intérieur et vers ce qui permettra les accroches, d'une manière ou d'une autre, de tout processus de recherche et d'innovation dans les FSC. Il nous faudra chercher une définition des FSC. Ce monde des Foires, Salons et Congrès, malgré son histoire, reste peu connu, y compris par ses professionnels eux-mêmes. Foires et Salons sont souvent réunis, quand ils ne sont pas identifiés, mais ils sont distingués des Congrès. Il nous faudra expliquer pourquoi nous les mettons dans une même série. Cette série est essentielle à notre propos et à l'articulation de cette activité des FSC avec les enjeux de la Connaissance. Et en-deçà des manifestations, il faudra saisir l'épaisseur de la production, l'épaisseur d'une « filière », de ses acteurs et de ses technologies. Nous arriverons alors à une dernière frontière et ambiguïté, l'imbrication de l'activité des FSC dans le champ touristique et ses propres implications territoriales. Nous devrons toujours garder un regard sur les bords touristiques de l'activité des FSC, tout en assurant leur distance.

I. Au-delà des manifestations

Notre champ d'investigation ne se limite pas aux seules manifestations des Foires, Salons et Congrès, parce qu'elles sont toujours, d'une manière ou d'une autre, des formes d'expression et des morceaux d'une réalité tierce.

A. Description brève des quatre ensembles du champ d'investigation

Quatre grands ensembles structureront schématiquement notre champ d'investigation :

- Les MANIFESTATIONS elles-mêmes (Foires, Salons et Congrès) dans toute la richesse de leurs phénomènes (activités et impacts économiques et sociaux, acteurs et populations impliquées, formes et contenus, géographie, rayonnement, histoire, …),

- Leur PRODUCTION (l'ensemble des mécanismes professionnels de leur organisation et fabrication), en distinguant les trois catégories de métiers : les organisateurs de manifestations, les gestionnaires des sites qui accueillent les manifestations, et les prestataires de services (installation générale de stands, audiovisuel, sécurité, nettoyage, hôtesses, etc…).

- Les MONDES (marchés, filières, communautés, …), appartenant aux sphères économiques, sociales, politiques ou plus spécifiquement de la connaissance, culturelle, scientifique et technique, qui s'y manifestent et les utilisent comme plateformes de rencontres et d'échanges. Un de ces mondes est celui de la Recherche et de l'Innovation avec ses acteurs et ses organismes (organismes de recherche, R&D d'entreprises, organismes éducatifs, agences de transfert technologique et agences d'innovation, experts, réseaux scientifiques et techniques, gouvernance, …).

- Les TERRITOIRES qui sont les lieux d'implantation des manifestations, entendus, d'une part, comme des « destinations » avec des sites (parcs des expositions, centres de congrès, autres…) et des infrastructures et dispositifs d'accessibilité,

une sphère touristique d'accueil, et, d'autre part, comme des espaces économiques et sociaux avec des populations, des excellences spécifiques industrielles, scientifiques, culturelles ou politiques.

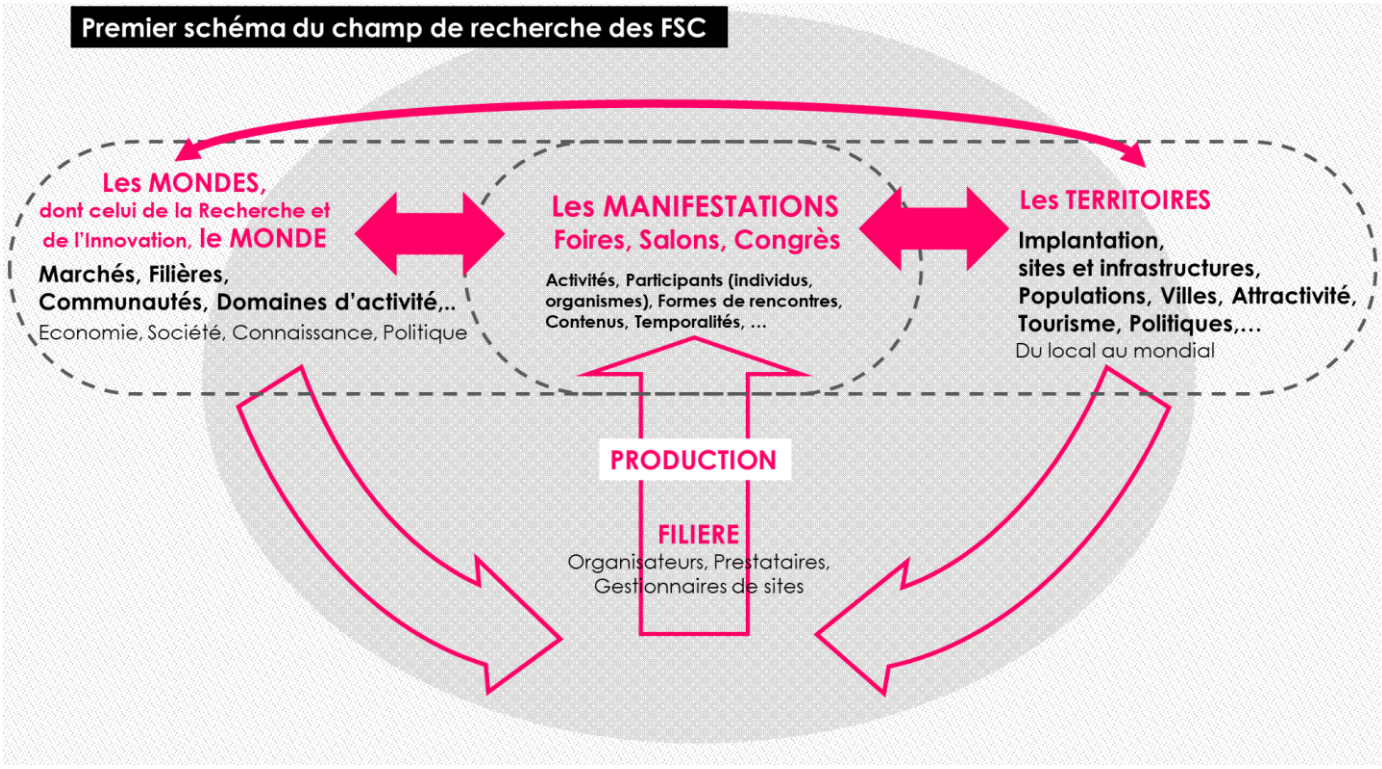

Fig. 1 : Premier schéma du champ de recherche des FSC

B. Les liens entre les ensembles

Ces quatre ensembles sont en relation forte les uns avec les autres. Ainsi, par exemple, une filière peut-elle être l'organisatrice elle-même de sa ou ses manifestations, comme peut l'être aussi telle ou telle association de son congrès, sans déléguer cette tâche à un tiers organisateur. Il n'est pas possible d'imaginer la production sans les investissements des territoires sur les infrastructures d'accueil et plus largement les choix de politiques générales en faveur de priorités économiques, sociales, politiques, de filières d'excellence ou plus spécifiquement de recherche et d'innovation.

Les quatre ensembles-clefs et leurs relations peuvent chacun provoquer des bascules possibles sur des champs plus larges : les FSC sur le champ des événements d'autres types ; chaque monde sur ses propres enjeux d'identité et d'existence, d'évolution et de rayonnement, de défis économiques et sociétaux ; chaque territoire sur des

problématiques dans laquelle l'activité des FSC est elle-même un élément dans une autre série, par exemple de développement et d'attractivité, de création d'identité, de projets, de liens avec d'autres territoires ; la production sur d'autres champs d'intervention hors FSC, sur d'autres types d'événements, dans d'autres activités, et aussi sur des lignes de technologies et de savoir-faire hétérogènes et non spécifiques au FSC. Autrement dit, ce périmètre est déjà de l'intérieur une ouverture sur des champs tiers et tient ses frontières ouvertes sur d'autres réalités.

C. La mesure de l'activité : petite mais disséminée

Le monde des FSC est petit. A partir des statistiques fournies par les organismes représentatifs de la profession, principalement l'UFI (Association internationale de l'Industrie de l'Exposition [1]), l'ICCA (International Congress and Convention Association) et l'IAPCO (International Association of Professional Congress Organisers), il est possible de comparer la taille de cette activité sur une année à une surface de 250 km² (l'équivalent d'une ville comme Marseille), pendant quelques jours, portées par un peu plus de 40 000 manifestations (75% de foires et salons et 25% de congrès internationaux) et 300 000 millions de participants. A titre de comparaison [2] ,

[1] 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. Sur le site internet de l'organisation peut se lire : "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."

[2] A titre de comparaison, l'Exposition Universelle de Shangaï couvrait en 2010 une surface d'un peu plus de 5 km² pendant 6 mois (182 jours). Si nous osons la comparaison en km²/jour, la première atteint entre 750 et 1000 km²/j (250 km²/j X 4 jours), la seconde 910 km²/jour (5 km²X 182 j), soit donc environ le même ordre de grandeur (même si les Expositions Universelles ont lieu tous les 5 ans et que celle de Shangaï fut l'une des plus grandes). Nous pouvons constater, aussi surprenant que cela puisse paraître, la distance qui existe aujourd'hui entre le monde des Expositions universelles et internationales et celui des Foires et Salons. La seule lecture du Rapport FROMANTIN 2014 sur la préparation de la candidature française à l'EXPO 2025 montre combien les liens avec les FSC sont plus que lointains. La seule lecture en annexe de l'intervention de Monsieur HESSE, alors Président de l'UNIMEV et Directeur général du Mondial de l'Auto montre que les débats portent bien plus sur des questions de logistique que sur des questions de sens ou de mise en perspectives sociales et économiques communes.

l'Organisation Mondiale du Tourisme compte plus de 1,3 milliard de touristes[1] dans le monde en 2017.

Petite[2], mais disséminée, cette activité est aussi en croissance depuis 150 ans. Les Foires, Salons et congrès ont connu depuis le 19ème siècle de fortes poussées de croissance, et cela continue : forte progression des congrès internationaux après 1945 (TAPIA 1980), croissance de l'activité des salons spécialisés dans les années 1970 et 1980 (BATHELT & alii. 2014). Les chiffres de l'UFI aujourd'hui confirme la croissance régulière des Foires et Salons en tendance, ainsi que de leurs infrastructures en nombre et en taille (UFI 2018). Les analyses de l'ICCA sur 50 ans montrent la croissance exponentielle des réunions (ICCA 2018)[3]. Et il faudrait ajouter que cette croissance s'inscrit dans le constat d'un mouvement plus large de croissance de l'activité d'événementiel, qui inclut des événements organisés de tout type, culturel, sportif, politique, etc…(GETZ 2015)

II. Une recherche de définition des Foires, Salons et Congrès

Seul le mot « Foire » a réellement une histoire longue depuis les temps anciens (BRAUDEL 1979, CLEMENT 1999, BEIER, DAMBOECK 2008), les mots « salon » et « congrès », dans leur l'usage de nomination formes de rassemblement apparaissent au 19ème siècle et se répandent au 20ème. Aujourd'hui le mot « Salon »[4] (PULMAN 2019) et ses équivalents à l'étranger dominent[5]. La pratique professionnelle distingue en

[1] http://media.unwto.org/fr/press-release/2018-01-15/les-resultats-2017-du-tourisme-international-au-plus-haut-des-sept-derniere

[2] Nous devons citer toutefois une autre manière de voir les choses. Le tout récent Research Institute For Exhibition and Live-Communication, créé en 2017, vient de publier en juin 2020 une étude qui évalue la taille de la branche évènementielle (DIE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DER VERANSTALTUNGSBRANCHE) dans toute sa largeur et permet d'affirmer quelle représente la 6ème plus grosse industrie en Allemagne. Son mode d'intégration d'un spectre large d'évènements permet de compter près de 150 000 millions participants à cette branche alors que l'étude rappelle en même temps que seuls 10 millions de visiteurs sont comptés pour les Foires et Salons.

[3] Malgré des biais dus à la croissance simultanée du nombre de leurs adhérents qui participent à la consolidation des évaluations du nombre des manifestations. Voir 55 ans de l'ICCA (ICCA 2018)

[4] Utilisé d'abord au 17ème siècle pour des expositions d'arts, puis à la fin du 19ème siècle des expositions industrielles et techniques (Dictionnaire historique de la langue française, FIRA DE BARCELONA, BOUIN 1980) d'abord en relation avec la spécialisation du domaine d'activité industrielle présenté.

[5] Au fond le mot « foire » est peu à peu oublié en France, réduit à une série limitée de manifestations, mais il est pourtant premier par son origine historique, par son sens initialement générique de l'activité et peut-être par la richesse de ses significations. Les Italiens, décrivant leur activité de foires et salons, garde la matrice de la foire : « il sistema fieristico

France les Foires multithématiques et généralistes à l'adresse du Grand Public et les Salons spécialisés sur un thème spécifique à l'adresse des professionnels et/ou du grand public (UNIMEV, DGE) hormis des exceptions (exemple de la FIAC : Foire Internationale d'Art Contemporain)[1].

Le mot « Congrès » appliqué à une réunion est d'abord utilisé au 17ème siècle dans le registre politique, le congrès de chefs d'Etats ou de gouvernement (qui pourra aussi être nommé conférence, nom qui restera aujourd'hui) puis les réunions d'associations politiques, mais c'est au 19ème siècle qu'il prend un sens plus large de réunions consacrées aux sciences, aux techniques, arts ou lettres et connaît un fort développement articulé d'abord avec les Expositions universelles (TAPIA 1980). Sa traduction anglaises est « Convention » (GETZ 2007) alors qu'en français le terme « convention » sera d'abord attribué à certaines formes de réunions d'entreprises. Le mot « Congrès », s'il perdure, cache en revanche une série d'autres termes qui

italiano », les Espagnols « el sector ferial ». L'association professionnelle espagnole se dit « Asociacíon de la ferias españolas » traduit d'ailleurs par « Spanish Trade Fairs Association ». Les Allemands, en gardant la base du mot « Messe » ne quittent jamais la grande lignée historique, malgré les différences et les remaniements de chaque époque de la « Foire ». Nous utiliserons donc l'expression Foires et Salons pour décrire le champ des manifestations que l'importation de l'adjectif italien fieristico aurait pu nous laisser nommer de « fiéristique ». Les Allemands parlent de Messewirschaft, les anglosaxons de « Exhibition Industry » ou facilement de « Trade shows ». Messe, Fiera, Fira, Feria, Feira ou même Foires chez nos amis québécois peuvent aussi signifier « parc des expositions » (Fiera di Milano, Messe Frankfurt, ou le Expocity, le Centre des Foires au Québec), reprenant par-là l'expression du champ de foire ou du foirail où hier avait lieu la foire. Et nous-mêmes seront conduit plus loin à étendre le champ des foires, salons et congrès au-delà des manifestations, notamment vers les infrastructures.

[1] Avec une telle distinction se comptent dans chaque grande ville de Foires et Salons en France, une ou deux foires et des dizaines, voire des centaines de Salons (Exemple sur Paris Ile de France : 2 foires sur un total de 413 Foires et Salons, Rapport CCIP Ile-de-France 2018, Les salons en Île-de-France : Un outil sous-exploité par les entreprises franciliennes ? Rapport présenté par Bernard MICHEL). La réalité de cette distinction se retrouve dans d'autres pays : des déclinaisons en allemand du mot « Messe » (Fachmesse -foire spécialisée-, Leitmesse -foire internationale professionnelle et leader dans son industrie-, Mehrbranchenmesse -foire professionnelle multithématique, Verbrauchermesse -foire de consommateurs ou Grand Public, …) (AUMA), en zone anglo-saxonne tour à tour Trade show ou Trade fair (de manière équivalente, pour des manifestations à l'adresse des professionnels ou d'un public mixte (KIRCHGEORG 2009) ou Consumer show (BEIER DAEMBOCK 2008). Fiera e Salone existent ainsi en Italie, Feria y salone en Espagne, donnant parfois aux traductions de Foires une application qui serait attribuée aux Salons professionnels en France. Les plus grands organisateurs mondiaux utilisent pour décrire leur activité en termes anglo-saxon les mots « Trade shows » ou « Trade fairs » ou « Exhibitions » (Mais ils introduisent aussi le vocable plus générique d'« events » (Reed Exhibition, UBM, GL events, UFI), que nous aurons à détailler pour comprendre le sens des Foires, Salons et Congrès aujourd'hui dans la paysage global d'une vaste activité de l'événement.) Voir Annexes : Focus sur la notion d'évènement dans le monde des Foires, Salons et Congrès

qualifieront des formats de réunions, parfois nouvelles, souvent très voisines (conférences, colloques, séminaires, …) (TAPIA 1980, ICCA 2018).

A. Définition des foires et salons

Foires et Salons sont entendus ici comme un ensemble. Braudel écrivait déjà des Foires « Les foires, vieux outils sans fin remaniés » (BRAUDEL 1979)[1], ce qui relativise la distinction des Foires et Salons, les derniers comme remaniements des premières.

Nous pouvons définir les Foires et Salons par les éléments suivants de repérage :

- La définition la plus brève qui marque la distinction la plus appropriable par tous, et facilement reconnaissable, est que les Foires et Salons sont des manifestations à vocation commerciale (DGE[2], UNIMEV, AUMA[3]). Le terme même de « Trade » dans Trade show ou Trade fair l'énonce ;

- Ce commerce a lieu entre des groupes d'acteurs économiques dans le cadre d'une « exposition » (« show ») des biens et services présentés par des exposants (fournisseurs, vendeurs), qui disposent chacun d'un espace ou d'un stand privatisé, à des visiteurs (acheteurs, consommateurs) dans un ensemble de stands et d'allées de circulation des publics. Ce commerce est plus défini par

[1] BRAUDEL, T.II, p.79

[2] « Une manifestation commerciale est usuellement dénommée "foire " ou " salon ". Elle a une finalité commerciale. C'est un lieu où un groupement d'opérateurs économiques (personne physique ou morale) expose d'une façon collective et temporaire des biens ou offre des services qui ne font qu'occasionnellement l'objet d'une vente directe (voir Vente au déballage) avec enlèvement de la marchandise ou exécution du contrat de services. » https://www.foiresetsalons.entreprises.gouv.fr/glossaire.php (DGE)

[3] MESSE Definition laut Gewerbeordnung § 64: "(1) Eine Messe ist eine zeitlich begrenzte, im allgemeinen regelmäßig wiederkehrende Veranstaltung, auf der eine Vielzahl von Ausstellern das wesentliche Angebot eines oder mehrerer Wirtschaftszweige ausstellt und überwiegend nach Muster an gewerbliche Wiederverkäufer, gewerbliche Verbraucher oder Großabnehmer vertreibt. (2) Der Veranstalter kann in beschränktem Umfang an einzelnen Tagen während bestimmter Öffnungszeiten Letztverbraucher zum Kauf zulassen." In der Praxis werden auch Veranstaltungen, die sich vorrangig an das allgemeine Publikum richten, vielfach als Messen bezeichnet. | Traduction : « Une foire commerciale (un salon) est un événement temporaire, généralement récurrent, au cours duquel un grand nombre d'exposants présentent les produits et services essentiels d'un ou de plusieurs secteurs de l'industrie et les commercialisent principalement sous forme d'échantillons auprès de revendeurs commerciaux, commerciaux ou d'acheteurs en gros. (2) L'organisateur peut, dans une certaine mesure, permettre aux consommateurs finaux d'effectuer des achats au cours de journées individuelles pendant certaines heures d'ouverture. Dans la pratique, les manifestations qui s'adressent principalement au grand public sont aussi souvent appelées "foires" (ou salons). »

des échanges oraux, des prises de contact, des démonstrations, des actes promotionnels que de la vente à proprement parler (AUMA, DGE) ;

- La manifestation a lieu dans un temps limité, 3 à 4 jours en général, et dans un espace défini, principalement un parc des expositions d'une ville ou dans l'espace même de cette ville ;

- Les Foires et Salons obéissent à une cyclicité, apparaissant aujourd'hui en général à un rythme annuel ou biennal ;

- Leurs thèmes des Foires et Salons peuvent être monothématiques (sur une industrie ou une filière), multithématiques (plusieurs industries ou filières) ou généralistes (transversaux à plusieurs industries ou filières) ;

- Les exposants sont des professionnels, les visiteurs sont soit des professionnels soit des personnes privées (consommateurs) ;

- La portée géographique des manifestations, c'est-à-dire la provenance des acteurs peut être pour tout ou partie régionale, nationale ou internationale ;

- Enfin, les Foires et Salons sont des dispositifs qui font l'objet d'organisation et non pas des phénomènes spontanés.

Les Foires et Salons ainsi définis n'incluent pas, aux yeux de la profession, l'ensemble des foires et marchés[1] qui peuvent avoir lieu dans les petites villes et les villages, sans

[1] Le lecteur non averti n'aura pas assez de cette définition pour identifier de la meilleure manière les Foires et Salons, objets de notre étude. Le mot « foires » a une application actuelle qui s'étend à toute une série de manifestations qui entre dans la cadre des foires et marchés (SYNDICAT DES MARCHES DE FRANCE), et qui pourtant ne rentre pas dans le cadre des Foires intégrées à la filière des Foires et Salons, en France et ailleurs. Il existe bien une histoire commune des foires et marchés (DE LIGT 1993, CLEMENT 1999, MARGAIRAZ 1983), les premières se distinguant des autres d'abord par leur cyclicité plus large, l'origine des marchands plus lointaines et la nature des produits plus au moins directement consommable. Chacun a pu fréquenter une Foire aux vins, une foire de la gastronomie, une foire de l'artisanat, une braderie, un vide-grenier, etc…Toutes ces « petites » foires dans le maillage des petites villes et des villages ne sont pas comptées, sans être explicitement exclus (OJS, UFI, AUMA) du monde foires et salons. Elles sont « oubliées », malgré des ressemblances, des continuités, des équivalences très fortes. En quoi une foire aux vins qui accueillera deux ou trois mille personnes un week-end dans une bourgade de France est-elle différente d'un salon du vin organisé dans le parc des expositions de la ville moyenne d'à côté ? En quoi cette « foire des Hérolles » (http://www.foire-des-herolles.fr/la-foire-d-hier-(3).html)[1], de plus de 500 ans, dans un hameau de Poitou-Charentes, qui accueille tous les 29

que cette exclusion ne soit réellement formulée, ni même qu'elle soit réellement pertinente[1].

Cette définition est aujourd'hui trop courte. Et elle pourrait être élargie à une série de points d'accroche qui peuvent l'ouvrir et en déplacer le sens pour commencer à mieux évaluer l'importance des Foires et Salons :

- Ouverture à la définition de plateforme, d'articulation sur le social et la connaissance et sur la place de la conversation ;

- Ouverture sur l'importance accordée au mécanisme de répétition des manifestations : manifestations comme série d'éditions, ritualisation et exception temporelle, rapport à l'actualité ;

- Redéfinition de la limitation spatio-temporelle en bloc d'espace-temps « autres », comme espace-temps différents, hétérotopie (FOUCAULT 1967) par rapport à des villes (BRAUDEL 1973), territoires, des filières, la société[2] ;

---

de chaque mois parfois plus de 10 000 personnes, sur une offre alimentaire, agricole et animalière, de quincaillerie et de vêtements est-elle éloignée définitivement d'une Foire annuelle de la ville voisine ? Il n'est pas non plus rare que l'administration des marchés dans les villes soit très clairement distinguée, sans même l'évocation de liens, de la gestion et de la politique des foires et salons localisés dans le parc des expositions de la même ville (Notre expérience professionnelle de gestionnaire de Parc des expositions).

[1] L'histoire des Foires jusqu'au début du 20ème siècle ayant largement lié Foires et Marchés (HUVELIN 1898, MARGAIRAZ 1988, DE LIGT 1993, THOMAS 1993, CLEMENT 1999).

[2] Les éléments de limitation spatiale articulés avec l'exceptionnalité et la répétition temporelles prennent aussi une autre valeur dans la définition. Il faut croiser la géométrie d'une exposition qui reste le motif essentiel, avec la ou les filières rassemblées, avec le territoire donné qui n'est pas une dimension abstraite (il ne s'agira pas de n'importe quel territoire et une part de ce territoire devient constitutif de la manifestation) et avec la mise en scène temporelle. Cet espace rassemblera une semblance de totalité (le rassemblement d'une filière) sur un territoire qui légitime ce rassemblement (la filière en question est liée à ce territoire, le territoire a des infrastructures de facilitation des rencontres). Braudel avait trouvé la formule de définition des Foires comme « ville éphémère », les foires et salons sont aussi perçus comme levier de production urbaine (LOMBARD-JOURDAN 1970). Les Foires et Salons créent un monde éphémère sur un territoire dans une temporalité exceptionnelle et répétée. Les Foires et Salons ne sont pas donc pas seulement des blocs d'espace-temps, comme combinaison de deux formes abstraites, mais des blocs d'espace-temps « autres » dans la réalité d'un territoire donné. Ils sont une nature « hétérotopique » (FOUCAULT 1967). Les Foires et Salons sont donc des hétérotopies répétitive (la répétition étant elle-même une des causes de leur nature hétérotopique), sous forme principale d'exposition, construite sur des territoires particuliers et spécifiques. Voir Annexes : Réflexions sur les fonctions hétérotopologiques des Foires, Salons, Congrès

- Ouverture sur la nature de l'organisation, fondamentalement liée à des modes d'expression de territoires et de filières, et non pas proposition abstraite d'organisateurs qui viendraient ajouter une proposition de dispositif en sus de leur réalité.[1]

- Ouverture sur les fonctions de territorialisation et de déterritorialisation des manifestations.

Il serait alors possible de formuler ainsi une définition des Foires et Salons :

Les Foires et Salons sont des plateformes économiques multifaces d'exposition, conversationnelles, avant tout physiques, à fort encastrement de l'économique dans le social, qui constituent des séries de répétition d'espace-temps 'autres', à un rythme généralement annuel ou biennal, dans les territoires et les filières, dont elles sont des formes organisées d'expression et de connaissance, en relation avec leur présent et leur actualité, et qui créent des centralités qui rassemblent, en général par milliers et dizaines de milliers, des acteurs d'abord économiques, en provenance d'une géographie plus ou moins éclatée et lointaine, du local à l'international.

B. La définition des congrès

Les congrès rassemblent des personnes qui appartiennent habituellement à une même communauté scientifique, technique ou professionnelle (IAPCO, ICCA, UNIMEV) ou sociale, organisée sous forme d'associations. Les associations appartiennent à de nombreux domaines de l'activité humaine : les sciences, les techniques et les industries, les corps de métiers, l'éducation, les thématiques sociales

[1] La nature organisée des Foires et Salons ne traduit pas seulement leur artificialité et leur distinction par rapport à un phénomène qui serait lui spontané. Les Foires et Salons ne sont pas produites par des organisateurs abstraits d'une réalité de filière et de territoire. Ceux-là sont très largement liés (émanation ou prestataire) aux associations des filières et activités qui s'exposent et/ou des acteurs économiques d'un territoire qui agissent dans le cadre d'une politique globale de ce territoire. Cette organisation est donc l'expression d'une réalité de filière et de territoire et non pas une organisation de l'extérieur, qui agirait pour elle-même (même les plus gros organisateurs internationaux, indépendants des territoires, ne peuvent agir qu'en collaboration avec les acteurs décisionnaires des filières et des territoires). Cette organisation n'échappe donc pas à une sorte d'élan des filières et des territoires, en-deçà ou au-delà de l'organisation elle-même. Les Foires et Salons sont donc des phénomènes organisés, des formes d'expression, qui émanent des filières et des territoires.

et politiques en tout genre, les religions[1]. Ces rassemblements peuvent aller de quelques dizaines à plusieurs milliers participants, exceptionnellement au-dessus de 20 000.

Les congrès sont aujourd'hui des rendez-vous, avant tout physiques, des membres de cette association à des fins d'échanges de connaissance et d'idées, de partages de travaux, de formation, de prises de décision aussi sur l'avenir de l'association, de formation de liens sociaux. Les congrès sont des étapes essentielles de la constitution et de la vie des communautés, de leur histoire, de leur présent et de leur actualité et de leur projection vers l'avenir. Leur organisation est directement dépendante des choix de la gouvernance de cette communauté.

La forme première des congrès est la séance plénière, mais elle n'est jamais seule, accompagnée de réunions de formats plus réduits (ateliers) et d'événements plus ou moins festifs. Les congrès scientifiques comportent aussi des espaces d'exposition de posters (HEY 2011, WAQUET 2010) sur lesquels les chercheurs synthétisent leurs travaux et qui leur servent de support à une explication face-à-face avec le lecteur. Peut s'y ajouter (de plus en plus) une exposition de type salon à vocation de commerce et de promotion. Si les foires et salons sont d'abord construits sur le face-à-face aussi dit « one to one », le congrès l'est sur des interventions dans un collectif en réunion (« one to many »). En revanche, la multiplication des formats de rencontres et de moments conviviaux, sans compter les espaces informels de la manifestation multiplient les échanges face-à-face, qui y sont un motif de relations sociales tout aussi essentiel que le collectif à l'écoute d'orateurs ou d'intervenants.

Comme les Foires et Salons, les Congrès sont de nature cyclique et sérielle, sur les bases de rencontres en général annuelle, qui peuvent durer en général entre deux et quatre

[1] Les professionnels différencient les réunions d'associations ou d'organismes gouvernementaux, auxquelles appartiennent les congrès, et les réunions d'entreprises, qui peuvent chacune appartenir de près ou de loin aux domaines d'activité précités, avec une vocation plus clairement économique et commerciale, soit avec leurs publics internes, soit avec leurs publics externes (ICCA). Le mot « congrès » est aussi traduit dans le monde anglo-saxon par « convention » ce qui prête parfois à confusion avec l'utilisation francophone du mot « convention » attachée d'abord aux « conventions d'entreprise » aux vocations multiples de management, de communication, de promotion ou de commerce.

jours[1]. Et les congrès constituent aussi des espaces-temps 'autres ' dans la vie d'une communauté, avec à la fois une dimension rituelle importante et un ancrage dans son actualité.

En revanche leur rapport aux territoires est en partie différent. Ils « tournent » en général d'une ville à l'autre, d'un pays à l'autre, en fonction de leur nature régionale, nationale ou transnationale[2]. Ils participent aussi à la fabrication urbaine des villes et à leur relation avec les territoires extérieurs. Pour reprendre le terme de centralité appliqué aux foires et salons : les congrès sont des « centralités nomades ».

La formulation d'une définition des congrès pourrait être la suivante :

Les congrès sont des rassemblements périodiques, en général annuels, avant tout physiques, de quelques dizaines à plusieurs milliers de personnes qui appartiennent à une même communauté constituée en association dans les domaines scientifiques, techniques, professionnels ou sociaux et qui proviennent d'une géographie plus ou moins éclatée et lointaine. Ils sont organisés par les associations directement ou indirectement (par l'intermédiaire de PCO – Professional Congress Organizers) à des fins d'échanges de connaissance, au sens le plus large dans un ensemble plus vaste de développement des liens et mécanismes sociaux de cette communauté. Les échanges ont lieu sous forme de différents types de réunions et de relation d'un à plusieurs et d'une multiplication d'opportunités de face-à-face. Les congrès tournent de ville en ville, à une échelle nationale ou internationale, et créent des « centralités nomades » qui forment des séries d'espace-temps « autres » dans les territoires et les communautés.

Toutefois cette première description ne suffit pas à rendre compte d'une activité beaucoup plus large et d'une grande diversité de vocabulaire sous le thème

[1] Il est possible d'imaginer un congrès d'une journée, il ne portera pas alors toujours le nom de congrès, mais « journée », « colloque », « séminaire », « conférence » ou autre, en fonction aussi d'autres critères de contenus et d'objectifs. Les Allemands utilisent de manière équivalent « Kongress » et « Tagung » (der Tag signifie le jour), en accordant toutefois la préférence « Tagung » aux manifestations les plus courtes.

[2] En fonction notamment de l'implantation d'un membre décideur de l'association et de son organisme professionnel, des infrastructures et du tropisme touristique. Mais d'une certaine manière le rapport aux territoires n'est pas si différent de ceux des salons : il existe bien une légitimité territoriale qui justifie la présence de la manifestation.

générique de la réunion : conférences[1], conventions, séminaires, assises, colloques, journées, assemblées, entretiens, etc.

C. La séparation et l'union des Foires, Salons et Congrès

Si les Foires et Salons sont souvent séparés des Congrès, nous les réunissons, à la fois pour rendre visible leur communauté d'actions sur le champ de la connaissance et pour sauver leur spécificité par rapport au mouvement croissant et global d'homogénéisation de tous types de manifestation sous le vocable d'évènements, qui peu à peu efface les différences et les puissances de chaque forme de manifestation.

La mise en série des Foires, Salons et Congrès n'est effectivement pas un usage spontané des professionnels. La plupart des organes fédératifs se distinguent entre l'activité Foires et Salons et l'activité Congrès (UFI AUMA, CEIR, ICCA, IAPCO, AIPC, Coésio)[2], à l'exception notable du cas français de l'UNIMEV[3]. Le schéma sera assez similaire à la lecture de la presse professionnelle[4]. Les grands lieux spécifiques, dans

[1] Le mot « conférence » est aussi bien appliqué à des formats plus courts et plus petits de congrès (IAPCO) qu'à la dénomination de grande conférence internationale (ex : COP 21). Le mot « conference » en anglais peut aussi être appliqué pour traduire le mot « congrès »

[2] UFI, ancienne Union des Foires Internationales, est aujourd'hui Association internationale de l' « Exhibition Industry », sans inclure dans son périmètre les congrès. L'AUMA en Allemagne, Austellung und Messe Ausschuss est la grande fédération professionnelle allemande, très connue, l'Allemagne étant un des principaux acteurs mondiaux des Foires et Salons, qui ne concerne que les foires et salons, que cela soit en termes de manifestations ou d'infrastructures. Aux Etats-Unis, le CEIR, Center for Exhibition Industry Research se cantonne comme son nom l'indique au même domaine exclusif des Foires et Salons. Nous pourrions multiplier les exemples. De la même manière existent des associations en relation avec le monde des congrès sans aucune citation du monde de l'exposition. Nommons les principales : l'ICCA, International Congress and Convention Association, IAPCO, International Association of Professional Congress Organizers, AIPC, Association Internationale des Palais des Congrès, AIVFC, l'Association Internationale des Villes Francophones de Congrès, et en France (nouvellement COESIO), nous avons France Congrès qui réunissait initialement les villes françaises de Congrès (France congrès est devenu toutefois France Congrès et Evénements. Et avec cette notion d'Evénements capables de surplomber n'importe quelle manifestation apparaissent aussi dans les communications de France congrès des images de foires.

[3] l'UNIMEV, Union des Métiers de l'Evénement (nous traiterons plus loin de ce nouveau terme « Evénement » et de la place des FSC) se nommait précédemment (avant 2013) Fédération des Foires, Salons, Congrès et Evénements de France, fruit de la fusion en 2001 (ce n'est pas bien vieux) de la Fédération des Foires et Salons avec l'Association nationale des Palais des congrès (et nous sommes là encore bien loin de l'ensemble du monde des congrès), puis de l'intégration des organisateurs professionnels de congrès.

[4] avec des magazines dédiés à l'activité foires et salons (Trade Fair International Magazine, m+a (pour Messe et Austellung), Exhibition showcase, Exhibition world, Trade show Executive, la Gazette des Salons, …) et une presse

leur première acception, sont soit des Parcs des expositions, soit des Palais des Congrès, même si la réalité sait être plus mélangée[1]. Enfin les professionnels des congrès et ceux des foires et salons se disent facilement de cultures différentes, sans s'exclure pourtant les uns des autres[2]. Et il est vrai que les commanditaires ou les clients des uns et des autres ne se ressemblent pas[3].

Mais trois motifs nous semblent spécifiques à la mise en relation des Foires, Salons et Congrès :

- Leur croisement avec les enjeux du développement scientifique et des innovations. Une part des fonctions des Foires et Salons est d'assurer la promotion des innovations et des nouveautés des industries et des entreprises[4]. Les Congrès participent à la création de nouvelles disciplines, à l'internationalisation et au développement des réseaux scientifiques, à la production des savoirs (RABAULT-FEUERHAHN 2010, RASMUSSEN 1990, CHARLE 1994). Une part importante des congrès sont aujourd'hui d'origine scientifique (ICCA 2018) ;

- Leur modernité commune, exprimée par leur inscription dans le mouvement encore créé par la naissance des expositions industrielles et des beaux-arts à la

orientée non pas tant sur les congrès que sur les conventions d'entreprise (L'Evènementiel, Meet in) et plus largement sur le monde des réunions, étendues au secteur de « l'événementiel »

[1] Et existent pour les congrès, aux Etats-Unis, des Centres de convention de très vaste envergure mêlant hébergement et espaces de réunions pour des manifestations de plusieurs milliers (10 000, 20 000) de personnes, à la différence des cas européens.

[2] Un Organisateur Professionnel de Congrès n'est pas un organisateur de salon, une équipe sur un parc des expositions ne se reconnaît pas chez elle dans un centre de congrès. La taille parfois seule suffit à marquer les frontières sans qu'elles soient hautes et dramatiques, les situations suffisent seules déjà à faire dériver les uns loin des autres : l'architecture même d'un parc avec ses immenses halls vides ne laissent pas les mêmes impressions à ses habitants qu'un palais des congrès qui n'est jamais complètement dépouillé. Gérer l'organisation d'un secrétariat scientifique n'a que peu à voir avec la vente de m² et de modules de stands sur un salon.

[3] Tel professeur de médecine qui commandite un PCO pour l'organisation du congrès de sa spécialité ressemble assez peu à la clientèle de commerçant d'une foire grand public ou des grands comptes industriels sur un salon professionnel.

[4] Les objectifs des exposants et les attentes des visiteurs reposent aujourd'hui encore, pour une part significative, sur la poursuite de cette fonction d'exposition de l'innovation et des nouveautés.(AUMA 2015, BEIER 2008).

fin du 18ème siècle, puis surtout des Expositions universelles du 19ème siècle, mises en scène du progrès (MATTELART 1997, ORY et DUANMU 2016) ;

- Leurs formes de rassemblement éphémères et récurrents pour des échanges oraux, conversationnels, en face-à-face ou en réunion, de communication, d'information, de connaissance, de commerce, à la différence d'autres types de manifestations plus orientées sur des objectifs de spectacles, de cérémonies, de culture ou de sports dans lesquels les échanges oraux entre les personnes n'ont pas de fonction centrale ;

- La mixité croissance de leurs formats : les foires et salons intègrent de plus en plus des formats de conférences et d'ateliers à l'instar du modèle des congrès, les congrès, pour leur part, donne une place croissante dans leur économie générale à une partie « exposition » à vocation commerciale et promotionnelle.

Etant donnée cette intervention des Foires, Salons et Congrès dans les champs de la Science et de l'Innovation, liée à leur histoires et à leurs formes, il est primordial de ne pas perdre de vue leur vocable et leur spécificité, ce qui peut pourtant vite arriver face à l'application de plus en plus générale du vocable d' « évènement » à toute manifestation.

III. L'Evènement : trouble et symptôme d'une quête du temps et du présent

Le mot « événement » semble avoir pris le pas sur les notions de Foires, Salons et Congrès, les reléguant plus d'une fois au rang de formes dépassées, comme si l'avenir se passait ailleurs (ZANGER 2014, PROMOSALONS 2017)[1]. Le phénomène est triple : le mot « événement » se substitue à ceux de foires, salons et congrès dans la bouche et à la plume même des organisateurs ; il réunit dans une même réalité des types de manifestations les plus hétérogènes, qu'elles soient des événements de communication pour les entreprises, des manifestations sportives, des happening artistiques, des festivals culturels, des cérémonies ou fêtes religieuses, des concerts ; il traduit aussi une porosité des types d'événements les uns aux autres.

Le mot « événement » pourrait donc devenir un impératif qui nous conduirait toujours à déborder le champ des foires, salons et congrès, voire à l'oublier. Il jette donc le trouble sur les Foires, Salons et Congrès. Or la notion d' « événement », dans un de ses sens les plus remarquables aujourd'hui est directement une référence à l'actualité, à ce qui se passe au présent, à ce qui fait événement dans notre temps et le transforme, le modifie, l'organise comme un avant et un après. Elle pourrait donc aussi reclarifier le rôle des FSC dans l'actualité.

Avant de définir l'événement, nous décrirons brièvement les motifs de sa propagation dans la filière des FSC et en quoi cette propagation peut signifier une quête de légitimation du rôle des manifestations organisées dans l'actualité et le présent, en particulier son sens pour les Foires, Salons et Congrès. Et nous verrons, à travers l'apparition des « events studies », plutôt dans le monde anglo-saxon, que nous pourrons encore retrouver des motifs d'union des Foires, Salons et Congrès dans un même ensemble. Il nous restera alors à profiter du polymorphisme de l' « Evènement » pour rappeler celui des FSC et son articulation avec les enjeux de l'actualité.

[1] Le 6 octobre 2017, PROMOSALONS, organisme en charge de la promotion des salons français à l'international fête ses 50 ans sous forme d'une série de tables rondes avec les principaux organisateurs des plus grands salons français. Dans l'une d'entre elles, le sujet sera : « Le salon traditionnel est mort, vive l'événement ! »

A. Propagations

Nous pouvons brièvement identifier trois grandes lignes pratiques de propagation de la notion d'événements dans la filière (sans être exhaustif) :

- Le développement de la « communication événementielle » qui utilise l'événement comme mise en scène et en spectacle de « communication vivante », pour des opérations auprès des publics externes ou internes des entreprises ou organismes professionnels. Cette activité se professionnalise depuis une vingtaine d'années[1].

- Les fonctions simplificatrices de la notion d'événement. La multiplicité grandissante des types de manifestations rend impossible leurs énoncés. La seule série initiale, Foires, Salons et Congrès, est déjà bien longue, avec des sous-segments possibles et « Faire événement » est une manière de qualifier la performance d'une manifestation. Dans le registre territorial apparaîtront aussi les politiques des Grands événements (AUGIER 2009)[2], comme marqueur identitaire d'une ville, d'une région, d'un pays, levier d'attractivité, relais de croissance économique. L'Evénement devient un concept de survol de toutes les formes de manifestations.

- La communauté des mécanismes de production d'événements[3]. Les professionnels n'adopteraient pas si facilement la notion d'événement si elle ne traduisait pas aussi une réalité de leurs pratiques : identités ou similarités des processus de production, croisement et complémentarité des types de manifestations dans les segments d'activité des acteurs, porosité des métiers

[1] Une des voies d'entrée concrètes de la notion d'événements dans les FSC est la communication des entreprises qui y participent et qui élaborent pour leur présence dans les manifestations leurs propres événements de communication.
[2] AUGIER, 2009. Et ces grands événements seront autant une Exposition universelle, des Jeux Olympiques, un Festival de Bande-dessinée, un Grand salon professionnel ou une Coupe du monde de rugby ou de football.
[3] C'est au nom de cette communauté et des potentialités d'extension qu'elle permettait, notamment du côté des agences de communication événementielle et de l'univers sportif, et sans doute aussi pour des raisons de simplification et de modernité de communication que la Fédération des Foires, Salons, Congrès et Evénements de France a changé de nom en 2013 pour se nommer alors Union française des Métiers de l'Evénement.

d'un type de manifestation à l'autre, communauté d'utilisation des sites, mixité ou hybridation des types de formats dans les manifestations notamment[1].

B. Quête d'actualité

Mais cette propagation est aussi portée par la richesse des sens de la notion d'événement, qui ne vient pas initialement des manifestations organisées. Le spectre de ses sens est vaste et dense et exigerait de plonger dans la Philosophie, l'Histoire, les Religions, les Sciences politiques, mais aussi les Sciences de la vie et de la Terre et bien d'autres, sans compter les profondeurs de la Psychanalyse ou de la littérature intime. Elle nous tient aujourd'hui au plus près de notre quotidien fait d'actualité et d'événements et du grand univers des médias et de l'information. La notion d' « événement » traduit aujourd'hui la marque de notre époque qui, dans tous les domaines de l'activité humaine, s'interroge sur le temps et ses devenirs, les modes, l'ancien et le nouveau, l'instantanéité, la vitesse, le progrès, et plus clairement aujourd'hui, avec l'enjeu climatique, le durable et la fin. Le temps est « devenu » irréversible, même les lois cosmiques en dépendent (PRIGOGINE et STENGERS, 1986). Sortons l'expression « activité événementielle » de son contexte de manifestation et il serait possible de retrouver combien elle appartient aux champs les plus hauts de l'activité et de la pensée humaine. S'emparer donc du mot « événement » cache une ambition, au pire une prétention (DELEUZE et GUATTARI 1991)[2].

La Communication, par l'usage du mot « événement » compte bien en tirer le bénéfice de ses sens et puissances, c'est-à-dire une démesure, une grandeur et une légitimité dans l'actualité que l'organisation d'une manifestation ne laisse pas aussi facilement envisager. Le discours récurrent aujourd'hui d'une recherche de l'effet

[1] Apparaît depuis à peine dix ans une série de grands événements dans le domaine du digital qui multiplient les formats : grand show d'orateurs, rendez-vous d'affaires, festival de musique, foire, réceptif de networking, etc….à l'instar du Web Summit, du SXSW, du Nordic Business Forum ou du SLUSH.

[2] Il peut être utile avant de se lancer dans une définition de l'événement dans le contexte du monde des manifestations de reprendre la remarque agressive des philosophes Gilles Deleuze et Félix Guattari dans leur livre « Qu'est-ce que la Philosophie ? » : « Le marketing a retenu l'idée d'un certain rapport entre le concept et l'événement : mais voilà que le concept est devenu l'ensemble des présentations d'un produit (historique, scientifique, artistique, sexuel, pragmatique…) et l'événement, l'exposition qui met en scène des présentations diverses et l' « l'échange d'idées » qu'elle est censée donner lieu. Les seuls événements sont des expositions, et les seuls concepts, des produits qu'on peut vendre. » (DELEUZE, GUATTARI, 1991).

« WAHOU » en est la plus immédiate traduction : recherche d'un effet d'étonnement et d'admiration devant le spectacle de ce qui est montré et produit dans la manifestation, qui éclate ainsi à la fois avec la force d'une évidence et d'un contact avec le vrai et décèle sous l'ordinaire des apparences les forces cachées de l'extraordinaire. Mais cela montre aussi l'écart entre le sens que peut avoir un événement et ce qu'il en reste dans le cri de surprise, et donc l'ambiguïté de l'activité événementielle dont la quête de toucher une réalité du temps et du présent risque toujours d'être vaine.

Toutefois entre la hauteur de l'événement dans la Philosophie et la mécanique de communication, il existe bien une place pour une interrogation sur le rapport des manifestations au temps et à l'actualité.

C. Essai de définition

L'activité événementielle détourne l'objet des manifestations de leurs registres économiques, culturelles, sociales, ou politiques, de leurs marchés spécifiques des filières, des sciences et des techniques, de la consommation, etc…, de leurs fonctions de commerce, de communication, de culture, pour les fixer d'abord sur leur nature temporelle et leur fonction de dispositif temporel. Le temps devient ainsi objet majeur des pratiques, des savoir-faire, des technologies de la profession de l'événementiel.

Nous pouvons à partir de la place centrale du temps essayer de définir l'événement :

- La manifestation événement sera à la fois une organisation volontaire, un ordre voulu, et l'attente qu'effectivement un événement ait lieu, une spontanéité qui dépasse le cadre donné. L'événement est à la fois la construction d'un ordre qui a un régime d'exception dans le quotidien (à l'instar de l'organisation de rites, de cérémonies, de calendrier d'une communauté) et la recherche d'un désordre ou d'une discontinuité qui changera le cours du présent. C'est là que la prétention et l'illusion peuvent se cacher : croire que la manifestation organisée peut changer le cours du temps, mais c'est aussi là où peut se trouver l'enjeu pour les manifestations et pour les organisateurs, la véritable exigence, difficile à atteindre : être à la hauteur du présent et de l'actualité, dans un rôle effectivement de création du temps, à l'instar d'un schéma artistique,

philosophique ou politique, avec une part donc de découverte, de transgression, d'opposition aux ordres et valeurs institués. Nous avions déjà défini les FSC comme espaces-temps 'autre' différents, hétérotopiques. L'événement serait une sorte de quête de « contre-temps »

- L'événement est entendu comme moment présent et comme expérience communautaire de ce présent. Il s'agit donc d'un rassemblement de personnes, présentent en même temps, et vivant le même présent. Nous sommes dans le domaine du « live », du « direct ». Ils leur arrivent quelque chose ne commun et en même temps au titre de chaque individu, un vécu individuel et partagé.

- L'événement peut participer à l'actualité et au cours de l'histoire (à l'instar d'un mouvement politique, d'une révolution, d'une grande découverte, d'une catastrophe). Cette participation pourra prendre le sens d'un événement heureux, positif, de progrès, d'expression d'un certain nombre de règles et valeurs. Elle fera date, histoire, mémoire. Elle pourra aussi concentrer et manifester l'actualité d'un secteur, produire une représentation dynamique de son présent.

Nous pouvons donc nous donner une définition de l'événement sur les bases principales de son articulation au temps :

L'événement, en tant que manifestation, est donc l'organisation volontaire d'un moment exceptionnel et collectif dans le calendrier de groupes d'acteurs dans tous les grands registres de l'activité humaine, économique, sociale, scientifique, culturel, politique, à la recherche de la production d'un événement qui aura des effets réels, parfois remarquables et qui feront date, et contribuera au présent et à l'actualité de ces groupes d'acteurs, aussi bien limité à un domaine d'activité, qu'étendu à l'ensemble d'une société, au travers d'expériences et de vécus contemporains et communs. L'événement est une manière de fabriquer un « contre-temps » de contemporanéité pour des groupes de personnes, quels que soient les domaines d'activité, professionnels ou pas (voir ANNEXE : Focus sur la notion d'évènement).

L'usage récurrent et transversal du mot « Evénement », pour nommer tout type de manifestations organisées, peut distraire d'un intérêt concentré sur les seuls Foires, Salons et Congrès, mais il a aussi l'avantage de conduire à une nouvelle attention au fond essentiel des FSC depuis le 19ème siècle : leur lien avec la modernité et l'actualité. Il offre aussi, ce que nous allons voir maintenant, par un passage sur les « events studies » un argument supplémentaire pour lier le monde des Foires et Salons avec celui des Congrès.

D. Les « events studies » unissent les Foires, Salons et Congrès dans une même catégorie

La dissémination du mot « événements » à l'ensemble des manifestations organisées semble avoir donné finalement un champ d'une taille suffisante pour susciter des études spécifiques.

Apparaissent des études sur le rôle de l'événement, en particulier dans le développement touristique, plutôt dans le monde anglo-saxon, plus à même peut-être de produire des formes d'empirismes transdisciplinaires. Si nous n'avons en France que quelques rares aventuriers qui portent des recherches sur l'événement (SPINDLER 2009), existent plus manifestes des « Event studies » du côté de l'Atlantique ouest, du Pacifique et de l'Océan indien. Les recherches sur les événements balancent entre la Communication et le Tourisme[1] (GETZ, PAGE 2016)[2], voire parfois du côté des finances (GRAIG MACKINLAY 1997)[3]. Il s'agit d'abord de recherche à vocation de formation et

[1] La filière des Foires, Salons et Congrès et le sens de leur rôle circuleront aussi, en essayant parfois de s'en échapper, et c'est ce qui nous intéressera, entre ces deux pôles de la communication et du tourisme. Leur pertinence est sinon limitée. En revanche, il sera bien utile d'utiliser les masques de la communication et du tourisme pour susciter pragmatiquement de l'intérêt pour les foires, salons et congrès, que cela soit en termes de recherche ou en termes de politique.

[2] : « Within the context of tourism and tourism system (…), events comprise a key element in both the origin aera (i.e events are an important motivator of tourism) as well as within the destination aera (i.e events feature prominently in the development and marketing plans of most destinations)". L'article fait la recension d'une vaste littérature sur le sujet, en rappelant l'histoire de ces recherches sur l' « event tourism » identifié comme pilier avec le « event management » de l'ensemble « events studies » et leur domaine d'application selon les différents types d'événements (GETZ, PAGE 2016)

[3] Nous devons aussi signaler que le terme « events studies » est aussi appliqué dans le domaine financier (. GRAIG MACKINLAY Event Studies in Economics and Finance, Journal of Economic Literature Vol. XXXV (March 1997), pp. 13–39 (A. CRAIG MACKINLAY The Wharton School, University of Pennsylvania)) à l'analyse de l'impact de tel ou tel événement de l'entreprise (fusion-acquisition, annonce des résultats, …) ou de son marché sur sa santé financière : l'événement se rapproche là de son sens d'actualité.

de pratiques professionnelles avant d'être des recherches orientées sur le développement de la Connaissance, même si une ouverture théorique n'est pas négligée (GETZ 2008). Nous ne détaillerons pas cet article ici, il s'agit seulement d'y relever des formes de description de « événements ».

Les deux chercheurs D. GETZ et J. PAGE proposent (GETZ, PAGE 2016)[1] deux séries de classement des événements. La première les distribue des plus petits aux plus grands : les « Local events » (periodic and one-time) ; les « Regional events » (periodic and one-time), les « Periodic Hallmark Events » (événements régionaux emblématiques) et les « Occasional Mega-events ». La seconde distribue les événements selon quatre grands domaines d'activité : Business, Festival and Culture, Sports, Entertainment.

Nous nous retrouvons devant un grand plan strié entre les effets d'échelles des événements et leur distribution selon des types. Les Foires et Salons ne sont qu'une toute petite part de ce grand tableau prolifique et les « congrès », sous le vocable « meetings, convention » voisins avec bien des modèles de réunions, ne tiennent eux aussi qu'une modeste place. Et s'il y a là un risque indéniable de distraction, ce panorama offre la lecture d'une communauté des Foires, Salons et Congrès :

- D'abord la simple contemporanéité des FSC avec les enjeux de l'événementiel, dans un mouvement général de notre époque, qui rappelle une fois de plus qu'ils sont liés à notre modernité,

- La réunion des FSC sous la catégorie « business » : Cette catégorisation peut être une voie pour saisir le champ spécifique de recherche des foires, salons et congrès, en tout cas pour indiquer qu'il existe bien une originalité des FSC, « business » ou autre, sur les modes de relations créées entre les individus, et les individus et les groupes, à l'échelle personnelle ou à l'échelle des organismes

[1]

BUSINESS	FESTIVALS AND CULTURE	SPORTS	ENTERTAINMENT
• Meetings ; Convention • Corporate marketing events • Government/political events • Fairs and Exhibition • Markets • Incentives • Private Parties	• Festivals; Commemorations • Carnivals; Parades • Religious rites; Pilgrimage • Art Exhibits and Installations	• Professional leagues • Participatory • Recreational; fun • One-off tours and tournaments	• Concerts; shows • Award ceremonies • Street performance

en présence et des territoires mis alors en relation, différent des formes de spectacles des autres événements ou des formes de foules et de publics mobilisés sur les festivals, les compétitions sportives ou des concerts.

Ajoutons que le rubrique « business » relève les très fortes proximités, d'enjeux, de formes, de modes de production et de savoir-faire, d'implication territoriale, avec :

- Les événements d'entreprise (corporate marketing event),
- Les événements politiques et gouvernementaux,
- Les marchés (cette dernière proximité étant habituellement largement négligée par les professionnels des Foires et Salons eux-mêmes)

Toutefois il faut relever que la place assignée aux Foires, Salons et Congrès ne peut être qu'ouverte aux autres catégories, parce que fondamentalement l'histoire des FSC et leur réalité actuelle montrent bien qu'ils sont des compositions de formes hétérogènes et d'emprunts à tous les registres, certes du business, mais aussi de la culture, de la religion, de la politique, du sport ou des loisirs. Ainsi en se concentrant sur les enjeux des FSC, nous ne nous éloignerons jamais de contributions compatibles avec le reste de l'activité événementielle.

E. La composition des Foires, Salons et Congrès

Il faudrait donc renverser un peu cette prédominance homogénéisante de l'évènement sur les FSC pour dire combien elles peuvent, appliquée aux FSC, en rappeler toute la diversité de composition interne (diversité des formats possibles). Les Foires, Salons et Congrès sont des plans de compositions de formes de rencontres. Des grandes formes dominent, l'assemblée plénière et les ateliers pour les congrès, l'exposition quadrillée d'exposants pour les foires et salons, mais n'épuisent pas la richesse des modalités de rassemblement et d'échanges.

A la limite, chaque événement, quelle que soit sa nature, est un plan de composition avec des formes qui peuvent se retrouver dans l'ensemble des événements, mais avec des intensités différentes. Il y aurait une sorte de réserve de formes, base des combinaisons qui donnerait salon, festival, cérémonie en tout genre, etc… Il faut donc

inclure dans le champ d'analyse des Foires, Salons et Congrès ces combinaisons qui vont constituer en partie la machinerie des manifestations et leurs fonctions (de commerce, de communication, de pédagogie, de distraction, de connaissance …)

Les congrès ne sont pas seulement de grandes assemblées sérieuses, des ateliers plus ou moins ouverts aux débats, ils peuvent être aussi galas, grandes cérémonies de remise de prix, intermèdes musicaux, voyages extraordinaires dans les alentours du palais des congrès, peut-être même dans le Lunapark voisin[1]. La fonction d'exposition croît, contribue fortement à l'économie du congrès. Il existe donc des formes principales de rencontres : assemblées, ateliers, réunions de formats diverses et des formes secondes qui pourront prendre les caractéristiques d'autres événements.

Les Foires et Salons obéissent à la même tendance polymorphique, peut-être plus encore. La grande forme de l'exposition quadrillée d'exposants domine certes. Mais elle n'est jamais seule. Une série de conférences et ateliers est souvent organisée en supplément et de manière de plus en plus récurrente, jusqu'à en faire une forme importante de la manifestation. Et il est possible de combiner des événements différents sur la foire ou le salon qui pourraient être classés dans le registre du culturel, du divertissement, de la cérémonie, et même du sport : l'inauguration peut prendre un sens politique de premier plan, la remise de prix peut représenter un climax de la manifestation et une référence dans le secteur concerné. Les animations ludiques font partie des programmes. Et il faudrait entrer dans le détail de l'ensemble des pratiques de restauration pour saisir les multiples croisements du cérémoniel, de la culture, du divertissement, de la convivialité et, bien sûr, des affaires.

Foires, Salons et Congrès ne sont donc jamais étrangers aux autres formes d'événements. La mise en série des FSC à l'exclusion des autres événements ne reposera pas sur l'originalité de leurs formes, mais sur les manières de créer des relations avec l'actualité et les devenirs des filières, des territoires, de la société, et parmi eux la recherche et l'innovation, plus brièvement, avec les affaires du monde.

[1] Las Vegas est une des grandes places de salons et de congrès du monde.

IV.La production des Foires, Salons et Congrès

Il s'agit ici de porter notre regard uniquement sur ces professionnels de l'événement, leurs technologies, leurs arts et métiers, leur savoir-faire, leurs entreprises et l'organisation de leur filière. De manière coutumière et schématique, la profession rassemble trois grandes catégories de métiers : les organisateurs de manifestations, les gestionnaires de sites d'accueil de ces manifestations et les prestataires de services très nombreux qui composent la réalisation des manifestations.

L'utilisation du mot « filière » est ambiguë car il n'existe pas un ensemble constitué et établi de professionnels. Avec les extensions de l'événement, les limites semblent toujours franchies. Il existe des volontés d'unification, mais cela reste bien récent. Et dans de très nombreux pays, les différents grands ensembles de métiers ne sont pas unis, même s'ils travaillent ensemble. Il faudrait passer du temps, au-delà de ce travail, pour décrire ce paysage professionnel en-deçà et au-delà de toute filière : détailler sa population foncièrement artisanale et sa composition de petites entreprises [1], signifier la méconnaissance des acteurs entre eux, décrire les dynamiques d'une double culture, nomade pour certains acteurs et sédentaire et très territorialisée pour d'autres, insister sur l'importance du double mouvement d'éparpillement

[1] Il existe un peuple de l'événement, large, dispersé, varié, cela nous pouvons le dire. Il est composé d'entreprises, la plupart du temps, de petite taille. Les plus gros acteurs de la « filière » dans le monde dépassent à peine 1 milliard de Chiffres d'affaires et ils ne sont pas nombreux. Nous pouvons en repérer trois, Reed Exhibitions (Royaume-Uni), GL events (France), UBM plc récemment fusionné avec Informa (Royaume-Uni). Mais il nous faut redescendre sur des grandeurs bien moindres : un gestionnaire de sites en France d'une ville moyenne ne dépasse que rarement les 10 millions d'euros de Chiffres d'affaires, et souvent bien en-deçà. Les chiffres donnés par le LEADS, association des agences de design et stand en France indique, en 2016, à peine plus de 400 agences pour un peu plus de 500 M€ d'activité (Etude de marché 2016/2015 de la profession, LEADS). Une étude PRECEPTA sur la filière en France publiée en 2010 annonçait près de 3000 entreprises pour un peu moins de 3 Mds€ de chiffres d'affaires. Le rapport Plasait au Conseil Economique et Social en 2007 sur le « Tourisme d'affaires » annonce que « le secteur des organisateurs de foires, salons, congrès regroupe environ 2100 entreprises, employant 13 000 personnes, 90% des entreprises ont moins de 10 salariés et réalisent un tiers du chiffre d'affaires ». Gardons en tête cette idée d'un fourmillement de petites entreprises, loin de la mécanique industrielle. Les professionnels disent souvent d'eux-mêmes qu'ils sont des artisans. Et si, depuis quelques années, peut s'entendre l'idée d'une « industrie » de la rencontre, c'est avant tout au sens anglo-saxon de branche ou de secteur plutôt que de méthode. Même les plus grandes entités organisatrices d'événements restent composées de petites équipes dédiées à chaque salon ou thématique de salons, qui malgré les process de mutualisation au sein de l'entreprise et de développement des méthodes, restent et se considèrent comme des artisans, jusqu'à s'énoncer même comme « saltimbanques ». Nous sommes très loin d'une pratique industrielle, malgré toutes les images que l'immensité et la complexité des manifestations organisées peuvent laisser envisager.

géographique et d'ancrages locaux, montrer l'importance du mixte Public-Privé d'investissements.

A. Les organisateurs

L'organisation de manifestations existe donc sous deux grands pôles : le premier où l'organisateur est une émanation de la filière ou du champ d'activité et le second où l'organisateur est une entité autonome, expert de l'organisation de manifestations, foires, salons ou congrès, quel que soit le champ d'activité concerné. Les organisateurs se placent dans ce spectre. Le groupe des organisateurs est ainsi un groupe hétérogène. Un organisateur de salon est rarement un organisateur de congrès. Et parmi les organisateurs de congrès, certains seront spécialistes plutôt des congrès médicaux, d'autres des congrès scientifiques non médicaux, d'autres encore des manifestations plus près de la vie civile et politique.

Nous pouvons schématiquement distinguées :

- Les organisateurs, émanation des filières,
- Les organisateurs de profession et distincts des filières et marchés, qui eux-mêmes peuvent être segmentés en :
    - Organisateurs de foires et salons,
    - Organisateurs professionnels de congrès (plus couramment appelés PCO, Professional Congress Organizers),
    - Organisateurs gestionnaires de site (principalement des parcs des expositions)[1]
    - Agences événementielles, qui organisent plus rarement salons ou congrès dans une palette plus large d'événements d'entreprises ou d'institutions.

[1] Les parcs des expositions allemands sont parmi les plus leaders mondiaux de l'organisation de salons.

Ces distinctions ne doivent toutefois pas cacher des alliances et des partenariats entre les différents types d'organisateurs.

B. Les prestataires

Le mot « prestataire » dit bien moins du métier des personnes et entreprises concernées, au regard de l'activité d'événement, qu'organisateur ou gestionnaire de site. Et ce monde des prestataires est effectivement extrêmement large, couvrant une réalité de métiers très différents.

Les prestataires sont sans doute les moins puissants et les moins visibles de la filière. Ils sont plus que jamais les hommes et les femmes de l'ombre.

Se sentent-ils appartenir à une filière de l'événement, ou plus réduite encore, des foires, salons et congrès ? Nous ne savons pas répondre[1]. Il est certain qu'ils essaient de faire leur place dans la filière, non pas par simple souci de reconnaissance de leur existence, mais afin que leur rôle et la valeur de leur production (et donc du prix de leur travail) soient bien identifiés dans la chaîne de production.

Nous pouvons essayer de schématiser un paysage de ces prestataires :

- Les prestataires de l'exposition[2],

- Les prestataires des technologies audio-visuelles, informatiques et digitales[3],

[1] L'actuelle mobilisation de la filière de l'évènement, pendant la pandémie du COVID et après, est probablement un des moments forts de reconnaissance d'une appartenance commune à la filière de l'évènement par l'ensemble des acteurs.

[2] Les installateurs généraux, les designers de stands, les scénographes, les tapissiers, les loueurs de mobilier, les prestataires de décoration, les imprimeurs, les électriciens, les plombiers, les logisticiens et les transporteurs. Certains prestataires assembleront souvent plusieurs de ses prestations.

[3] Les prestataires audio-visuels proprement dits (toutes sortes de matériels sons et lumière, des luminaires, projections et captation, régie…), les prestataires informatiques, réseaux et d'écoute digitale (cette dernière prestation est très récente dans la profession), les prestataires d'accueil, de billetterie et de badge, les prestataires d'outils de gestion et de logiciels métiers, les prestataires d'applications mobiles pour les manifestations.

- Les prestations de structures de matériel et de logistique d'un site[1],
- Les traiteurs et les prestataires de matériel réceptif,
- Les hôtesses et hôtes,
- L'interprétariat,
- La sécurité[2],
- Le nettoyage et la gestion des déchets,
- Le grand ensemble des prestataires d'animation et de contenus artistiques,
- Les assurances,
- Les certificateurs des chiffres des manifestations commerciales (fréquentation, nombre d'exposants, surfaces).

Ce simple schéma, déjà détaillé, n'épuise pas la liste des possibles. Cela montre l'extrême diversité des métiers et des champs d'application de l'événement.

C. Les gestionnaires de site

Outre le rôle parfois primordial d'organisateurs d'évènement dans les cas des Parc des expositions, le gestionnaire de site intégrera le plus possible une offre de prestations, soit par la création de ressources internes soit par sous-traitance.

[1] Tentes, chapiteaux, structures éphémères, ou semi-permanentes, scènes et podiums, tribunes, matériels de chauffages et de climatisation, blocs sanitaires, groupes électrogènes et plus largement toute mécanique transportable capable d'alimenter en fluides (électricité, eau), cuisines, etc.

[2] Les sociétés de sécurité et de gardiennage, les chargés de sécurité, les associations de secouristes, les Coordonnateurs en matière de Sécurité et de Protection de la Santé, les bureaux de contrôle, sans compter les acteurs publics de la sécurité (Commission de sécurité composée de représentant de la Préfecture, du SDIS, de la Gendarmerie, du Maire, de la Direction Départementale de l'Equipement).

Il faut bien imaginer une liste très longue de types de site, au-delà des Parcs des expositions et des Centres de congrès, qui varie en fonction des types de manifestations accueillies, de leur taille, de l'adaptabilité des capacités, des dispositifs techniques et de l'accessibilité :

- Les Parcs des expositions,
- Les Centre de congrès,
- Les Arénas sur un événementiel multiple (sport, concert, salons, événement corporate, …),
- Les Zéniths (concerts majoritairement),
- Les stades,
- L'hôtellerie, très grande actrice d'accueil de réunions et de congrès,
- Les universités en tant que lieux de savoirs,
- Les espaces de réunions intégrés par les entreprises,
- Et très longues séries de lieux réceptifs en tout genre : châteaux, musées, salles de spectacles, salles polyvalentes, usines, théâtre, …
- Pensons à tous les dispositifs type tiers-lieux, pépinières d'entreprises, …

La seule vue de l'hétérogénéité des « producteurs » professionnels de la filière laisse imaginer la multiplicité des points d'accroches et de sujets possibles pour un quelconque projet de Recherche et Innovation dans la filière. Elle indique aussi les richesses des métiers, les créativités engagées, le fourmillement des idées. Et l'ensemble de ses métiers se touchent et se croisent pour rendre possible la production de manifestations. Ils apportent une brique à un édifice, avec sa forme propre, et pourtant, chaque brique finira bien par tenir avec une brique autre d'un autre métier pour construire une architecture qui tiendra et resplendira. Et dans chacun de ses métiers pendent les fils de technologies, dont une part peut-être est spécifique au

métier des FSC, mais qui souvent viennent d'ailleurs : autant de branchages pour chercher et innover.

V. Le bord collé du tourisme

Mais la production de l'activité des FSC ne s'arrête pas aux prestataires de service, aux gestionnaires de sites et aux organisateurs. L'activité des Foires, Salons et Congrès est impossible sans un système touristique. Il est courant de trouver l'activité des FSC chapeautée du titre de « tourisme d'affaires », qui vient s'ajouter aux recherche de définitions de cette activité, tour à tour « Evènementiel », « Industrie des Rencontres professionnelles » ou « MICE Industry (Meeting Incentive Conference Events) (MARGOT-DUCLOT 2005, CHARIE 2006, PLASAIT 2007), qui dépasse le seul cadre touristique.

L'intrication des deux activités est profonde :

- D'abord et essentiellement, l'activité des FSC est quasi impossible sans activité de transport, d'hébergement et de restauration, qui tous appartiennent au secteur du tourisme.

- Le tropisme touristique d'un territoire fait aussi largement partie des leviers d'implantation de l'activité sur tel ou tel territoire : soleil, mer, montagne, culture et patrimoine, …

- Les acteurs du tourisme, principalement les hôteliers, sont eux-mêmes acteurs sur le marché des congrès et des réunions, parfois des salons,

- Plus essentiellement, l'ensemble de l'activité des FSC et du tourisme s'intègre dans les politiques d'investissement des politiques publiques : politique d'attractivité territoriale et de développement économique, politique de transports, politique culturelle et patrimoniale, …

Et l'activité touristique est elle-même pourvoyeuse de très nombreux événements, ceux qui réunissent ses professionnels, ceux qui servent sa promotion et son commerce auprès de ses publics, ceux enfin qui constituent une part de son offre de contenu.

Les professionnels des FSC peuvent accepter dans chaque territoire d'entrer partiellement dans cette classification touristique. Un des leviers majeurs de développement de l'activité des FSC est l'intégration de cette activité dans une vision globale de l'attractivité d'un territoire. La clef du tourisme est plus facile à manier par les pouvoirs publics. L'enjeu est pragmatique. Les mécanismes de synergie des investissements et de travail collectif sur chaque territoire participent à la compétitivité des « destinations » sur le grand marché mondial à la fois du tourisme, des FSC et, plus largement, des positionnements de chaque territoire et pays les uns par rapport aux autres sur les registres économiques, sociaux et politiques. Et si les FSC prennent leur envol hors du tourisme, ce ne sera jamais sans en même temps et paradoxalement une articulation plus forte avec les systèmes touristiques des territoires et de leurs destinations.

Par ailleurs, les recherches dans le tourisme sont bien plus avancées ainsi que les structures d'enseignement, que celles des FSC. Il sera donc heureux que puissent grandir des recherches sur les FSC en partie par la voie possible du tourisme. Il faudra simplement franchir ensuite un pas au-delà du tourisme. Il sera aussi intéressant de regarder comment l'industrie touristique essaie – avec difficulté – de se constituer une recherche et plus largement un process de Recherche et Innovation pour saisir combien un projet dans les FSC peut s'en approcher ou en diverger. Ajoutons que quelles que soient les divergences possibles, les résultats des recherches et des pratiques innovantes dans le tourisme concerneront toujours directement l'activité des FSC (pensons par exemple aux logiques de destination, aux analyses de la concurrence, aux connaissances des comportements de mobilité, à la géographie des routes et de l'urbanisme, à l'interculturel, aux mécanismes d'hospitalité, aux outils de la transformation digitale, etc.) et qu'il sera donc toujours nécessaire de les prendre en compte.

VI.Conclusion

Qu'est-ce qui est important ?

L'activité des FSC ne vaut que par ses puissances germinatives, ses possibilités d'extension et d'implication de toute la pluralité des activités humaines, des filières et des territoires. Elle est porte d'entrée, lieu de passage, connexion vers de nouveaux

milieux. Elle est elle-même exploration et mise en relation de mondes hétérogènes. Elle crée des lectures possibles de notre réel.

Les Foires, Salons et Congrès sont inscrits dans une même série, certes pour des raisons de similarité et de communauté de modes de production, mais d'abord pour entretenir des liens profonds avec la Recherche pour les Congrès et avec l'Innovation pour les Foires et Salons. Et ils se tiennent aussi dans une modernité des évènements ouvertes par les Expositions Universelles du 19ème siècles. Aujourd'hui la notion d'Evènement rassemblent tous types de manifestations, nous pourrons suivre cette « évènementialisation » de la filière de plus en plus présente, mais nous raterions les spécificités des rencontres au sein des FSC en relation avec des enjeux de connaissance. L'évènement nomme tout, mais ne dit pas tout.

La production elle-même est éclatée, polymorphique, certes avec trois grands types de métiers, organisateurs, prestataires, gestionnaires de sites, mais qui viennent découper une diversité dense, tant artisanale, technique, géographique ou culturelle. C'est dans cette production qu'une Recherche et Innovation va trouver à s'inscrire, dedans et sûrement en ses surfaces et à ses frontières.

L'air(e) de famille de l'activité des FSC avec le tourisme ne doit pas nous divertir de la quête d'une Recherche qui ne se glisserait pas sous le vaste champ des recherches touristiques. Les FSC se tiennent bien dans un agencement touristique territorial, mais ils s'articulent d'abord avec des mondes et des territoires et leurs propres enjeux, économique, sociaux, politiques et scientifiques.

PARTIE II. DE LA CONNAISSANCE DES FOIRES, SALONS ET CONGRES AUX FOIRES, SALONS, CONGRES DE LA CONNAISSANCE

Les professionnels des Foires, Salons et Congrès et les chercheurs investis dans des travaux qui concernent l'activité des FSC ne se connaissent pas. Ils se rencontrent à peine. Peut-être localement tel chercheur a-t-il rencontré dans sa ville l'équipe d'un centre de congrès ou un organisateur. Il reçoit quelques invitations pour participer à la programmation, mais rien n'est moins certain. Et vice-versa, tel professionnel de l'évènement, qui pourtant côtoie, dans ses affaires, quelques chercheurs, ne converse jamais ou presque avec celui, qui pourtant, par ses travaux, partage avec lui une passion commune. Les relations sont ténues alors que le monde des FSC est un monde de rencontre. Comment peut-il se passer quoi que ce soit si les gens ne se rencontrent pas ? La question est simple, presque naïve. Elle est au cœur du sujet.

Cette partie a d'abord pour objectif de montrer que des recherches sur les FSC existent, et avec elles un certain nombre de chercheurs, en histoire, en géographie, en économie, en sociologie et souvent dans d'autres disciplines. Certes, le paysage est éclaté, mais il a ses terres et ses horizons. Il n'a été que peu dessiné, peu décrit, en tout cas avec autant de ponts. Il faut pouvoir passer du rôle des congrès dans l'histoires intellectuelle au vocable d'un roman de Frédéric DARD, du cri des marchés à la description des mécanismes de proximités dans les productions de Connaissance. La littérature scientifique sur les FSC est donc encore un patchwork qui tient ses morceaux avec des fils distendus. Pourtant il sera possible de voir combien les chercheurs ont commencé à voir en quoi les FSC peuvent « faire connaissance ». Ils l'ont vu de leur côté, quand les professionnels se le disent sans se le dire tout à fait, sans le formuler au pied de la lettre. Il s'agira, après un premier panorama du paysage des recherches, de suivre une forte ligne de fuite vers les enjeux de la Connaissance. FSC et Science, FSC et Recherche, FSC et Connaissance se croisent, se rencontrent dans la « vraie vie des manifestations ». En quoi le font-ils aussi dans leurs formes et processus ? Et en suivant l'indice, et parce que nous sommes dans une Economie et

une Société qui se disent de la Connaissance, il faudra tenter le mouvement inverse, de cette Connaissance croissante, largement au-delà du seul scientifique, dans les tissus économiques et sociaux vers l'identification de places possibles pour les FSC eux-mêmes tellement fabriqués des liens et des échanges entre les hommes. Il s'agit d'aller jusqu'au bout du cycle : des recherches qui existent sur les FSC aux premières formes imaginables d'un développement d'une recherche dans les FSC. Si les FSC ouvrent d'eux-mêmes sur la Connaissance, une Recherche sur leur champ d'activité devient exploration de la Connaissance elle-même, une machine réflexive de la Recherche et donc bien au-delà du seul champ des FSC, puisque la Recherche par sa nature exploratoire déborde toujours ses cadres.

Cette partie suivra donc trois étapes : la description d'un paysage clairsemé de la recherche, le suivi de sa ligne de fuite vers la Connaissance et le chemin inverse de la Connaissance vers une première description possible d'une recherche dans les FSC.

I. Un paysage clairsemé de recherche sur les Foires, Salons et Congrès

Il n'existe pas aujourd'hui de communauté de chercheurs qui se réunirait une fois l'an pour parler des Foires, Salons et Congrès. Ils vivent en ordre dispersé, sans se connaître, et peut-être même sans imaginer qu'une communauté pourrait se constituer. Les travaux qui portent sur les FSC ne sont souvent qu'une partie de leurs travaux dans des recherches plus vastes.

Dans cet archipel des plus éclatés de recherche sur les FSC, quatre lignes plus ou moins continues peuvent initier une forme : celle d'abord de la générosité de l'Histoire, qui donne les images les plus vivantes et charnelles des Foires et Marchés et des Expositions universelles ; puis celle, qui croise plus souvent le monde professionnel, de l'Economie, principalement de marketing et de management ; celle d'un regard qui s'élargit au congrès à partir de l'entrée par le tourisme ; et enfin pour montrer les marges et les ouvertures possibles d'exploration sur les FSC, le pointillé de quelques travaux un peu à l'écart d'ethnographie, de sociologie et de géographie sur des foires du Sud, des incises aussi dans les champs de l'oralité, du théâtre et de la fiction.

A. La générosité de l'histoire

De toutes les disciplines qui se sont penchées sur l'activité des FSC, l'Histoire est une des plus généreuses ou des moins avares, en particulier sur les foires. Elle ne l'a pas été seule, mais souvent mariée avec la Géographie, l'Economie, l'Archéologie, le Droit. Les travaux historiques se tiennent parfois au bord de l'Histoire, les auteurs ne sont pas tous historiens[1].

Il s'agira ici de décrire le périmètre de cette Histoire, de montrer la largeur de ses panoramas, les thèmes dominants, les limites aussi et en particulier la faible part de l'histoire contemporaine. Il sera nécessaire de décrire au cœur de ce périmètre l'Histoire des Expositions Universelles. Elles ne sont ni Foires, ni Salons, ni Congrès, et il semble aujourd'hui même oublié qu'ils sont parents proches. Pourtant bien des problématiques leurs sont communes. Et il sera possible, malgré la distance du passé et les ombres du savoir, d'avoir une lecture pragmatique de l'Histoire, et d'y trouver des leviers utiles aux professionnels pour penser et agir aujourd'hui, en relation avec leurs propres problématiques de construction de filière, d'identification de leur rôle dans l'époque et de mesure de leurs marges d'actions.

1. Périmètre des recherches historiques

Ce périmètre inclut les Histoires des Foires, des Salons et des Expositions Universelles. L'Histoire des Congrès sera abordée plus tard dans ce travail, parce qu'elle est largement orientée vers l'Histoire intellectuelle et culturelle et qu'il paraît plus judicieux de l'articuler à une analyse des liens des FSC avec la science.

Dans une première partie, il s'agira de décrire l'ensemble des travaux historiques sur les Foires et Marchés, dans les limites des périodes antique, médiévale et préindustrielle. La deuxième partie sera centrée sur les Expositions universelles. Elle domine largement la production historique et il sera intéressant d'y repérer des enjeux encore valables pour la compréhension des FSC. Le point de renouveau -mais aussi de naissance- des Foires, Salons et Congrès contemporains semble en effet être l'invention au 19ème siècle des Expositions industrielles et des Beaux-arts et des

[1] Ainsi deux auteurs de référence de l'histoire des Foires, le premier Paul HUVELIN était juriste, le second Alain ALLIX, géographe. Voir (AUDREN 2001)

Expositions universelles. La troisième partie sera une incursion dans le champ très rare d'une histoire des Salons, dont l'apparition du vocable reste très récente. Enfin la dernière partie sera consacrée au manque de synthèse sur l'histoire contemporaine des FSC.

a. L'Histoire des Foires et Marchés

Aujourd'hui, la proximité entre les Foires et Marchés est largement négligée par les professionnels. Les historiens eux les articulent les unes sur les autres, mais avant tout dans une perspective antique, médiévale et pré-industrielle. Luuk DE LIGT les réunit par exemple dans « Fairs and Markets in the Roman Empire », Dominique MARGAIRAZ poursuit cette articulation dans son livre « Foires et Marchés dans le France préindustrielle » ou Pierre-Albert CLEMENT dans « Foires et Marchés d'Occitanie » (DE LIGT 1993, MARGAIRAZ 1998, CLEMENT 1999). Cette histoire se retrouve plus largement dans les histoires des espaces d'échanges (PETROWISTE 2007). Tout un courant d'historiographie s'est développé sur l'analyse des marchés hebdomadaires et des foires pour la compréhension de l'époque médiévale (THEILLIER 2005). Les Foires médiévales et les systèmes d'échanges du Moyen-âge sont privilégiés.

Il existe aussi de très nombreuses monographies sur les foires dans telle ou telle région sur les périodes pré-modernes. Là se trouveront en nombre des travaux sur les fameuses Foires de Champagne qui restent les références des heures de gloire de l'Histoire des Foires (BAUTIER 1952, BRAUNSTEIN 1979). Des Foires ont ainsi leur propre historiographie : Foire de Beaucroissant (JULLIAN 1926), Foire de Goncelin (ALLIX 1914), la très célèbre Foire de Leipzig (GAYOT 2001). Les régions, les pays ont leur histoire de foires, de la Normandie (MISSET 1976) à la Russie (KERBLAY 1966), de l'Angleterre (MOORE 1985) à l'Allemagne (ZADOW 1929) bien sûr, incontournable et immense terre de Foires jusqu'à aujourd'hui. Et il faudrait compter chaque région de France, d'Europe et du Monde parmi les objets de ces explorations historiques pour ne pas être injuste.

L'histoire ne dépasse que rarement le 19ème siècle. Dominique MARGAIRAZ y va jusqu'au bord du 19ème. Jack THOMAS dans son livre « Temps de Foire » pousse jusqu'à l'aube la Grande Guerre. Dès que nous entrons dans le temps de l'histoire contemporaine, domine l'histoire des Expositions universelles.

b. La prééminence de l'Histoire des Expositions universelles

Le sujet d'histoire moderne et contemporaine le plus exploré reste celui des expositions internationales et des expositions universelles. La littérature ne manque pas, souvent très illustrée, dans l'ensemble des pays qui en accueillirent (GEPPERT et alii. 2006). Il est possible d'y trouver de nombreux éléments pour penser l'activité des FSC, à condition de franchir la distance qui semble s'être créée entre le monde des Expositions et celui des FSC.

i. Distance entre deux mondes qui appartiennent pourtant au même

Cette littérature est d'abord centrée sur les grandes Expositions Universelles et Internationales, celles des capitales ou métropoles du Monde, Paris, Londres, Chicago, …et beaucoup moins sur des expositions industrielles et des beaux-arts qui ont pu exister régionalement, notamment en France (BOURDOISEAU et KHIARI 1995). Cela est dommage car ces expositions plus locales se transformèrent, dans les villes, pour certaines au moins, en futures Foires que nous connaissons encore de nos jours (THOMAS 2012)[1].

Les lectures peuvent se multiplier pour constater la quasi-absence de considérations des Foires et Salons dans les raisonnements (ARIFFIN 2016)[2] (LUSSAULT 2013 et 2017)[3]. Il est même étonnant, à la lecture du rapport parlementaire sur la candidature de la France à l'Expo2025 de constater la quasi-absence de considération des Foires et Salons dans les raisonnements, hormis une remarque du spécialiste de l'innovation,

[1] L'historien Jack Thomas a décrit la filiation entre les Expositions industrielles et des Beaux-arts de Toulouse au XIXème siècle et la naissance de la Foire commerciale de Toulouse dans un exposé présenté lors de la Journée d'études « Salons et Congrès dans la Cité », du 6 avril 2012, au Parc des Expositions de Toulouse, organisée par l'Université de Toulouse 2 – Le Mirail, le CERTOP UMR5044 CNRS et GL events. Le titre de sa conférence était : Des foires aux marchandises aux foires-expositions : Toulouse au XIX^{e} et au début du XX^{e} siècle

[2] ARIFFIN conclut sur article : « Paradoxalement, les expositions universelles ont inspiré ces produits et lieux de nos sociétés de loisirs que sont les galeries marchandes et les parcs d'attractions (…) » : ni les foires ni les salons trouvent ici leur place.

[3] Nous pouvons aussi citer l'exemple du travail du géographe Michel LUSSAULT qui dans l'analyse de ce qu'il appelle les hyperlieux (LUSSAULT Michel, Hyperlieux, les nouvelles géographies de la mondialisation, Editions Seuil, La Couleur des Idées, , 2017) aurait pu aborder le monde des Foires et Salons, ce qu'il ne le fait pas, alors que pourtant il est fut très concerné par le cas de l'Exposition Universelle de Shangaï à laquelle il consacre un chapitre de son livre précédent (LUSSAULT Michel, L'Avènement du monde, Essai sur l'habitation humaine de la Terre, Editions du Seuil, La Couleur des Idées, 2013, chap.I L'urbanisation du Monde).

Marc GIGET : « Aujourd'hui, on fait des expositions sur tout, dans tous les domaines, et on peut imaginer que le Salon international de l'agroalimentaire (SIAL) est plus complet en ce domaine que ne le sera la prochaine Exposition universelle de Milan, pourtant consacrée à la nourriture. » (FROMENTIN 2014)[1]

ii. Les ponts de l'histoire des Expositions vers les Foires, Salons et Congrès

Dans ce contexte de négligence des Foires, scintille alors d'autant plus la thèse de la chercheuse suisse Claire-Lise DEBLUË « Exposer pour exporter, Culture visuelle et expansion commerciale en Suisse (1908-1939) » qui s'intéresse notamment au passage des Expositions à la Foire comme un nouveau paradigme plus orienté vers la performance commerciale dans un contexte de guerre dans lequel les pays doivent défendre les débouchés de leurs industries (DEBLUË 2015). Comment ne pas transposer, aux Foires, Salons (et en partie Congrès), les « huit fonctions de modernité » que l'historien Pascal ORY attribue aux expositions : exhibition technologique, foire commerciale, exposition d'architecture en plein-air, levier urbanistique, salon des Beaux-arts, Garden-Party de la puissance invitante, société des nations et fête populaire (ORY et MEI 2016) ? Et quand il évoque que les expositions, au-delà d'espaces, sont aussi des « time-machine » (ORY et MEI 2016), n'apparaît-il pas là un outil conceptuel qui mériterait d'être usé sur l'établi des FSC ?

Le sociologue et philosophe Georges Simmel écrit un article en 1896, dans le journal « Die Zeit », sur l'Exposition industrielle de Berlin (SIMMEL 1896). Ses analyses (ROWE 1995) sur les effets de la modernité sur les individus, sur leur mise à distance des objets, sur le rôle de l'exposition dans la transformation de Berlin en ville mondiale, sur les formes d'esthétisation architecturales sont autant de pistes (qui ont plus de 100 ans) qui tiennent toute leur actualité aujourd'hui. Pensons simplement à cette réflexion sur les effets de paralysie des sens[2] par la mise en spectacle de l'offre quand aujourd'hui

[1] Rapport d'information sur la candidature de la France à l'exposition universelle de 2025 (FROMENTIN 2014), p.55. Nous n'oublions pas le témoignage, dans ce rapport, de Thierry HESSE, alors Président de l'UNIMEV et Commissaire général du Salon de L'Auto. Mais son intervention portait sur des échanges de bonnes pratiques et peu, voire pas, sur la mise en perspective, à l'instar de Marc GIGET, des Expositions Universelles par rapport au monde des Foires et Salons.

[2] Nous reprenons le texte traduit en anglais et cité par Dorothy Rowe : «'in the face of the richness and diversity of what is offered, the only unifying and colourful factor is that of amusement... the close proximity [of objects] paralyses the senses ... and every fine and sensitive feeling is violated and seems deranged by the mass effect of the merchandise offered.", p.227

un des grands sujets traités est celui de l'expérientiel, l'expérience du participant, sur les manifestations ? L'idée d'une « communauté émotionnelle imaginée » passerait sûrement sans difficulté l'épreuve d'un comité de sélection d'une conférence actuelle sur l'innovation dans l'événement (ARIFFIN 2016).

Une dernière passerelle mérite d'être soulignée, sans pour autant qu'elle contredise d'autres ouvertures, celle des fonctions politiques des Expositions universelles : fonction diplomatique (LEBRUN 2016), lieu de revendication et de mouvements sociaux (BOUSSAHBA-BRAVARD 2016), splendeur des nations, qui ont leurs pendants dans les FSC.

SI les expositions universelles, à leur insu et innocemment, contribuent au rapt du regard historique sur les Foires, il est aussi possible d'y découvrir une grande loupe sur l'activité des FSC eux-mêmes. Leur parenté doit être réaffirmée. Elles furent des innovations pour dire et montrer l'avènement des temps industriels, de l'idée de progrès et du règne de l'innovation, une étape dans l'histoire de la communication (MATTELART 1997, GIGET 2013). Les Foires et Salons eux-mêmes, qui vinrent après l'éclat des Expositions universelles, entrent dans cette ère où l'histoire du présent s'expose.

c. Chronologie de salons plutôt qu'histoire

L'usage du mot salon est moderne (BOUIN et CHANUT 1980, DICTIONNAIRE HISTORIQUE DE LA LANGUE FRANÇAISE)[1]. Si une Histoire contemporaine des Foires est rare, une Histoire des Salons l'est plus encore. Et du côté des anglo-saxons n'apparaît pas non plus d' « History of trade shows ». Il peut exister parfois des travaux historiques sur un salon en particulier, travail singulier à l'instar de cet article d'une jeune historienne sur le salon des arts ménagers dans les années 50 dans le cadre d'un travail sur l'histoire de la consommation (LEYMONERIE 2006). Il existe en revanche de très nombreuses chronologies de salons, des rétrospectives historiques ou des monographies[2] produites

[1] Le dictionnaire historique de la langue française énonce l'usage du mot salon en relation avec une exposition d'arts qui eut lieu dès 1737 dans le Salon Carré du Louvre et « dès la fin du XIXème siècle, le mot dans cet emploi passe aux domaines industriel et technique, dans un contexte analogue à celui de l'exposition : Salon de l'automobile (1898), de l'auto, etc. ».

[2] Exemples : les 700 ans de la Foire de Bordeaux, l'histoire de la Frankfurtmesse (voir e-katalogue Auma)

dans le cadre de communication d'organisateurs de salons[1] ou de gestionnaires de sites[2]. Nous sommes bien loin de la richesse des Histoires de la presse, du cinéma, de la télévision ou de la publicité pour ne citer que des phénomènes dont la modernité reste voisine de celle des salons.

d. Le contemporain

L'histoire donne donc bien difficilement un regard sur la modernité des Foires et Salons. Il est plus facile de trouver, pour le 20ème siècle, des références sur l'histoire d'une société, à l'instar de ce travail (MCH 2016) sur l'entreprise suisse de la Foire de Bâle, MCH, ou un panorama historique de l'UFI[3], ou un historique d'une grande ville de Foire comme Leipzig (RODEKAMP 1997), rarement sur un pays (EGON 1960). Pour avoir une vision large de l'histoire des foires en mouvement, de leur distribution dans l'espace et le temps et de leurs différentes formes, il faut retrouver le travail large de Paul Huvelin en 1897, Essai historique sur le droit des Foires et des Marchés (HUVELIN 1897 ; AUBERT 1898), celui souvent repris[4] de M.ALLIX en 1923 « Les foires : étude géographique » (ALLIX 1923), le volume dédié des Recueils de la Société Jean Bodin en 1953 (DUBY 1953) ou la vision la plus ample et explicitée du phénomène des foires au Moyen-âge de BRAUDEL (BRAUDEL 1979, BRAUDEL 1985). Les grands repères de W.CHRISTALLER[5] sont de 1933. Le rare volume en circulation aujourd'hui qui retrace l'histoire des foires et salons et s'aventure jusqu'à en marquer les rythmes depuis l'après-guerre reste l'ouvrage paru en 2014 de Harald BATHELT, Franscesca GOLFETTO et Diego RINALLO « Trade Show in the globalyzing Knowledge Economy » (BATHELT et alii. 2014)

La lecture de l'histoire des Foires et Salons demande donc de la patience et le goût de la composition. Celui qui y chercherait une grande fresque n'y trouverait plutôt que des portraits et des fragments. Il est certain que manquent aujourd'hui les grandes

[1] Prenons l'exemple du Geneva International Motor Show : https://www.gims.swiss/fr/timeline/

[2] Citons par exemple la chronologie historique communiquée par la Foire de Barcelone (Société du Parc des expositions) qui laisse apparaître l'étape des salons dans les années 1940 : « Siglo XIX los antecedentes ; 1920-1936, Primeras ferias de muestras y Exposición Internacional ; 1942-1978, hacia los salones especializados (…) » (https://www.firabarcelona.com/history)

[3] Where Markets Meet: The Story of the Modern Exhibition, UFI, 2015

[4] Les auteurs H. BATHELT, D. RINALLO et S. GOLFETTO, dans leur ouvrage de 2014 « Trade shows in the globalizing knowledge economy » citent à plusieurs reprise ALLIX comme une de leurs rares références.

[5] Cité par BRAUDEL Fernand, Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVème-XVIIIème siècle, 2. Les jeux de l'échange p.122 et par Jack Thomas (THOMAS 1993): Central Places in Southern Germany, 1933

lignes, le sens des transformations, les mouvements amples des Foires et Salons dans notre temps, en particulier depuis le début du 20ème siècle.

2. Quelques lectures pragmatiques et utiles aujourd'hui

Si les grandes synthèses sont absentes, il est possible de trouver dans l'ensemble des travaux historiques existants une boîte à outils pour penser cette activité des FSC aujourd'hui. De manière non exhaustive, mais à titre d'exemple, nous allons mettre en relation des travaux historiques avec des questions actuelles de la profession, tirée de notre expérience professionnelle :

- Les Foires et Salons : comment penser combien les Foires et Salons constituent un rouage essentiel de l'économie mondiale (BRAUDEL 1979) ?,

- Résistance : à quoi résistent les foires et salons aujourd'hui ? Quelles sont les rapports de force qu'ils peuvent modifier sur les marchés et dans la société ? Dans quelles batailles se situent-ils ? (HERRIOT 1916, CARRERAS, TORA 2005),

- La propriété des Foires. La propriété des foires anime les esprits et les propriétaires potentiels depuis les premières foires. (JOURDAN-LOMBARD 1987)

- La vie des formes : Une histoire des foires qui pourrait nous servir à détecter l'évolution en cours et les nouvelles mutations pour saisir la vie des formes des manifestations, tout simplement combien ces formes ne sont pas statiques ? (ALLIX 1923)

- La paix des Foires, les dispositifs de confiance et le juste prix. En quoi leurs mécanismes sont propices à l'établissement de la confiance sur les marchés ? Qu'est-ce que la réputation ? Que penser de cette « philia » des foires et marchés médiévaux comparés aux « amis » des réseaux d'aujourd'hui ? (ALLIX 1923, KARPIK 1996, FARCOU et KAPLAN 2012, DENJEAN 2012),

- Les Foires « urbanogènes »[1]. En quoi les Foires et Salons participent à la fabrication des villes ?[2] (UFI, 2017, JOURDAN-LOMBARD 1970, MITTERAUER 1973[3], BRAUDEL 1979, ALLIX 1923).

- La polysémie du mot foire : combien la richesse de sens du mot « foire » où se mélangent le social, le politique, le religieux et bien sûr l'économique et les lexiques cousins (magos, macellum, mercatum, nundinae, mercadal, panégyrie, forum, agora (PETROWISTE 2011, PAILLER 2011 ; THOMAS 2011, CHANDEZON 2000) dont certains font encore les titres de manifestations (forum, agora)) peuvent contribuer à repenser Foires, Salons et Evènements aujourd'hui, leurs fonctions, leurs positionnements ? Leur rapport avec des extériorités[4] ?

Les foires ne sont pas immuables et éternelles, elles sont malléables, mutantes. Mais savons-nous qu'il faut les faire muter et qu'elles le peuvent ? la seule histoire des foires

[1] Nous avons découvert ce terme cité par Anne JOURDAN-LOMBARD dans son article « Du problème de la continuité : y a-t-il une protohistoire urbaine en France ? In : Annales. Économies, Sociétés, Civilisations. 25e année, N. 4, 1970 p.1141, qui elle-même l'empruntait à autre chercheur G. GYORFFY.

[2] Citons cette drôle de coïncidence. D'octobre 2009 à juillet 2011, les archéologues de la société Archéodunum mettaient au jour, dans le cadre de fouilles préventives à la construction de nouveaux immeubles d'habitation, à la caserne Niel de Toulouse un lieu d'échanges gaulois du IIème avant J.C, qui n'était pas alors dans les murs de la ville antique. Quasiment au même moment, la ville de Toulouse allait décider du projet de nouveau parc des expositions dessiné par l'architecte Rem Koolhaas dont l'implantation sera en périphérie de Toulouse, près de l'aéroport de Blagnac (CREBASSOL 2012, PETER JUD, MENDIETA 2012). Plus de 2000 ans pour faire entendre l'écho des hommes et des villes et coïncidences. Le projet lui-même du nouveau Parc participera à la densification urbaine à venir. Il existe alors une double projection de la foire vers la ville et de la ville vers la foire qui peut être essentielle dans la définition des stratégies urbaines et de leurs plans d'action.

[3] Citons simplement l'existence des échanges savants entre Anne JOURDAN-LOMBARD et Michael MITTERAUER. Dans le résumé de l'article de ce dernier – La continuité des foires et la naissance des villes (1973) - sur l'article cité précédemment de Anne Jourdan- Lombard : « Tout en reconnaissant qu'une certaine continuité est incontestable entre les réunions périodiques de la protohistoire et celles du Moyen-âge, il refuse d'admettre que les foires aient pu contribuer en quoi que ce soit à la naissance des villes médiévales : seule le marché permanent (der ständige Marktverkehr) qui s'installle près du siège de l'autorité (Herrschaftssitz), lieu de défense et de refuge, de protection et de justice, doit être considéré comme le point de départ du développement urbain médiéval ».

[4] Le mot « forain » lui-même n'a pas la même origine que celui de foire, l'un vient de « foranus qui a donné « fuori » en italien, « dehors » en français, l'autre du latin « feriae » que l'on retrouve dans « jours fériés » : cette nuance n'est pas mince, foire et fête foraine se côtoient encore dans les villes de France, même si les deux mondes des FSC et des Forains en même temps se méconnaissent et échangent assez peu.

médiévales ou antiques nous est bien utile pour mettre en perspective notre présent et les défis à mener. Les ruptures sont possibles, le nouveau aussi donc.

B. L'Economie, d'abord du marketing et du management

Les foires et salons sont assez peu objets de théorie économique. Notre économie de marché, - c'est ainsi souvent qu'est décrite notre économie contemporaine-, ne se dit que rarement économie de foires et salons. Les économistes ont débattu en d'autres siècles sur la nature des échanges sur les foires et leurs différences avec les marchés (au sens de marchés économiques) : les premières moins favorables au libre-échange et au fond à la liberté que les seconds. Nous étions dans la deuxième moitié du 18ème siècle et au 19ème siècle. Turgot, économiste entre autres, écrit en 1757 un article sur la Foire dans l'Encyclopédie[1] qui semble en son temps avoir fait florès : elle est nuisible au commerce ou preuve d'un commerce médiocre[2]. Les Foires semblent définitivement sorties de la macro-économie au début du 19ème siècle.

Nous voulons ici schématiser les recherches économiques sur les Foires et Salons. Nous commencerons par une aspérité, mais qui semble majeure, et qui pourrait légitimer, sans le faire aujourd'hui, le retour des Foires, Salons et plus largement les Congrès sous le regard des économistes : le développement de l'analyse économique des plateformes, qui dominent la révolution digitale, alors que les FSC eux-mêmes sont des plateformes. Dans une deuxième étape, il s'agira de décrire la singularité du cas allemand qui donne très clairement -très loin devant tout autre pays - la place aux recherches économiques sur les Foires et Salons, dans un cadre plus restreint de management et d'affaires, et cela avec une forte proximité entre la recherche et le monde professionnel. Ce sera notre porte vers la troisième étape et la découverte du seul véritable corpus économique sur les Foires et Salons, peu visible aussi aux yeux des professionnels, celui des articles scientifiques de management et de marketing.

[1] TURGOT, Encyclopédie, article n°40 Foire, 1757, accessible sur Gallica

2 La structure de l'article de TURGOT est ainsi décrite : « définition – utilité des foires et des marchés – inconvénients des taxes et des gênes attachées aux foires » et cela commence donc mal pour les foires. Turgot finira ainsi : « Concluons que les grandes foires ne sont jamais aussi utiles que la gêne qu'elles supposent est nuisible, et que bien loin d'être la preuve de l'état florissant du commerce, elles ne peuvent exister, au contraire, que dans des Etats où le commerce est gêné, surchargé de droits et, par conséquent, médiocre. »

1. Les plateformes, entrées possibles des foires et salons dans la théorie économique contemporaine

Le débat croissant sur les plateformes et les marchés bifaces pourrait bien être une voie du retour des Foires, Salons et Congrès dans la macro-économie. La révolution digitale a vu l'avènement de plateformes (BABINET 2016). L'analyse de ces plateformes est au cœur des réflexions des économistes sur les marchés numériques et leurs défis (TIROLE, 2016)[1]. Ces plateformes sont des marchés dit « bifaces » : « un marché où un intermédiaire (et son propriétaire Visa, Sony, Google, Facebook, l'agence immobilière) permet à des vendeurs et des acheteurs d'interagir » (TIROLE, 2016)[2]. Toute une littérature s'est développée récemment sur ces marchés bifaces (ROCHET et TIROLE 2003 et 2004).

L'enjeu de ces marchés bifaces est d'organiser la mise en relation de groupes d'agents, chaque groupe allant sur la plateforme parce que l'autre groupe y sera. Plus un groupe est présent, plus l'autre le sera. La description de ces marchés bifaces et de leur fonctionnement ne sera pas éloignée de celle des Foires et Salons. Pourtant ils sont à peine cités dans les analyses. Les principaux marchés de référence seront ceux des jeux vidéos, de,s cartes bancaires, de la presse, des systèmes d'exploitations informatiques. On peut repérer les « conférences » (ROCHET, TIROLE, 2004), les « social gatherings » ou les « shopping malls » (ROCHET, TIROLE 2003), voire, de manière plus anecdotique « le marché des fruits et légumes » (TIROLE 2016), mais les Salons, les « trade shows » n'apparaissent pas. Ils ne sont pas exclus, simplement ils ne rentrent pas dans les premiers champs de vision sur le sujet[3]. Les organisateurs de foires et salons se reconnaîtraient pourtant dans les mécanismes de ces marchés bifaces, en particulier sur le système complexe de prix qui conduit à faire payer un groupe (par exemple les exposants) et pas l'autre (les visiteurs) ou qui conduit à faciliter la venue des leaders pour attirer les petits. Peut-être tout cela est-il encore trop récent, mais gardons en tête pour l'avenir que les FSC, en tant que plateformes, ont leur place dans les grands mouvements de l'économie contemporaine et dans ses

[1] TIROLE Jean, Economie du Bien Commun, PUF, 2016, p. 498.

[2] Ibidem, p.499

[3] Heureusement pourtant, le lien est fait très clairement établi par le sociologue Julien Brailly dans sa thèse de sociologie (BRAILLY, 2014).

bouleversements. Aujourd'hui, hors cette voie vers la macro-économie, les Foires et Salons, les Congrès, restent d'abord dans une économie limitée et pratique.

2. Le Cas allemand de la Messewirtschaft : une visibilité au cœur de la profession

Les professionnels allemands des Foires et Salons dominent largement leurs collègues d'autres pays[1] dans l'organisation d'un savoir sur les Foires et Salons, sur des bases professionnelles et universitaires, au-delà des productions de statistiques[2]. En Allemagne, l'énoncé d'une « Messewirtschaft » (« Economie des Foires et Salons ») vaut pour dénommer l'industrie des Foires et Salons et peut être rattaché à l'exercice

[1] La première passerelle est celle de la production de connaissance par les professionnels, reprise ensuite par les chercheurs. Citons le cas français récent d'un rapprochement plus marqué avec la recherche avec la participation de l'UNIMEV à un « Professorship "Economie et marketing de l'industrie des rencontres et événements" (http://www.escpeurope.eu/fr/faculte-recherche/chaires-et-instituts-escp-europe/professorship-economie-et-marketing-de-lindustrie-des-rencontres-et-evenements-escp-europe/) au sein de l'ESCP (une thèse est en cours de Laura Litré Valentin depuis 2016 « The customer's experience in fairs, trade shows, congresses and festivals. Conceptualization and empirical contributions through a multi-sited ethnography ». DHR Prof. Olivier BADOT), la participation à l'enseignement dans différentes écoles et universités ou le projet de réalisation d'un travail de recherche avec le Professeur de Sociologie, Bertrand PULMAN. Il existe aussi le cas du laboratoire CERMES à Milan – Centro di Ricerca su Marketing e Servizi dell'Università Bocconi – qui a constitué un observatoire sur les foires, Osservatorio Fiere, dirigé par une directrice de recherche qui a publié de très nombreux ouvrages et articles sur l'économie et le marketing des Foires, Francesca Golfetto (Citons le tout récent et déjà cité Trade Shows in the globalyzing Knowledge Economy » en 2014, les articles : RINALLO D., GOLFETTO F. (2006) Representing markets: The shaping of fashion trends by French and Italian fabric companies, **Industrial Marketing Management** Volume 35, Issue 7, October 2006, Pages 856-869). Cet observatoire appartient bien à l'Université mais est soutenu en grande partie par les organisateurs et les gestionnaires de sites implantés en Italie. Il est possible de citer de manière parsemée des noms de chercheurs invités parfois aux séminaires de l'UFI, de l'UNIMEV ou autres, certes. Mais cela reste distendu. Ni l'UNIMEV, ni l'UFI (l'UFI elle-même donnait encore en 2014 sur son site internet une recension des articles de recherche, mais ne le fait plus), ni même aux Etats-Unis, le Center for Exhibition Industry Research, malgré son nom, ne proposent la moindre bibliographie des travaux de recherche passés et en cours, hormis celle de leurs propres études et rapports ou ceux de leurs partenaires institutionnels.

[2] Les principales statistiques sont celles de l'UFI sur les surfaces d'expositions, le nombre de manifestations et leur surfaces moyennes dans le monde, les fréquentations, synthèses des statistiques produites nationalement par les associations et fédérations professionnels et les organismes de contrôle des fréquentations. L'UFI donne la liste de l'ensemble des sources statistiques : https://www.ufi.org/industry-resources/useful-links/#Rub3. A l'échelle internationale, les statistiques de l'AUMA et de la FKM (Freiwillige Kontrolle von Messen : société de contrôle des fréquentations et des surfaces) sont aussi régulièrement prises en compte. Sur les congrès, il faut compter sur les études de l'ICCA et de l'UIA sur les nombres de congrès, leur taille et leur géographie. En France, l'UNIMEV, L'OJS et la CCI de Paris fournissent régulièrement les principaux éléments d'évaluation de l'activité des FSC en France. En Italie, il s'agit du centre CERMES, mais qui reste une entité de recherche. Il reste toutefois difficile de trouver, hormis les valeurs de l'UFI, des études comparées approfondies entre les pays et leurs activités.

scientifique (Messewissenschaft[1]) : il existe même un institut de recherche intitulé « Institut für Messewirtschaft » au sein de l'Université de Cologne[2]. Messewirtschaft appartient bien aux discours habituels et communs de la profession, avec sa connotation de recherche possible, ce qui n'est pas le cas en France, ni en zone anglo-saxonne (« Exhibition Economy »)[3]. Il faut aussi citer, au-delà même de l'économie quand elle croise directement les enjeux de la Recherche, le Messearbeitskreis Wissenschaft[4], MAK (Le Cercle de Travail des Foires pour la Science). Le MesseArbeitskreis Wissenchaft existe depuis 1992, mais s'est constitué en association depuis 2016. Il est soutenu par l'AUMA, la fédération des foires et salons allemande. MAK a pour objectif de contribuer à l'usage des Foires et Salons pour valoriser la Recherche allemande. Les membres de cette association appartiennent à des universités, des organismes publics (ministère de la recherche et de l'enseignement, agence régionale de développement et d'innovation), agences de communication et de marketing, sociétés (100% publiques) de gestion de parc des expositions et d'organisations de salons.

L'AUMA (fédération allemande des Foires et Salons) publie régulièrement des études, notamment de prospectives (AUMA 2012 et 2017), produites par des chercheurs et enseignants-chercheurs. L'AUMA constitue aussi une bibliothèque d'articles et de travaux de recherche. Cette initiative est la seule réellement consistante dans la profession et à l'échelle du monde[5], qui rende accessible aux professionnels des travaux de recherche sur leur domaine d'activité. Les professionnels allemands eux-mêmes, dans les équipes des parcs des expositions et de l'organisation d'événements, ont suivi des formations spécifiques dans l'économie des foires et salons –Messewirtschaft-, soit à l'université, soit dans les écoles de management. Contrairement aux quelques thèses éparses et perdues –malgré même leur qualité -

[1] http://www.auma.de/de/Institut/Forschung/Seiten/Default.aspx

[2] https://www.messe.uni-koeln.de/

[3] Ce qui n'empêche pas de considérer l'impact des foires et salons sur l'économie, ou l'économie de leur industrie. L'expression existe bien dans le domaine scientifique, exemple : GUO MU, The Yiwu Model of China's Exhibition Economy, Provincial China, Vol. 2, No. 1, September 2010

[4] https://www.mak-wissenschaft.de/verein/

[5] Il n'est pas sûr que nous mettions en France suffisamment à profit notre proximité avec l'Allemagne. Nous verrons que de nombreuses études sont même produites Outre-Rhin sur la prospective, gratuites et accessibles - http://www.auma.de/de/DownloadsPublikationen/Seiten/Default.aspx- (mais en allemand - par l'intermédiaire de l'AUMA. Peut-être existe-t-il là des liens à renforcer ?

dans le champ universitaire d'autres pays, par exemple la France, celles des étudiants allemands sont nombreuses, souvent publiées et/ou accessibles sur internet. Elles appartiennent aussi à une culture universitaire pour laquelle la thèse est un passage vers le monde professionnel[1], reconnu de grande valeur et respectée. Il est possible d'avoir une image large des types de recherches faites donc dans l'économie des foires et salons à partir d'un échantillon de thèses récentes obtenu à partir du catalogue électronique de l'AUMA[2] (KASSUBEK 2011, WÜNSCH 2010, JUNG 2010, HAGEMEISTER 2009, BOBEL 2009, FRISTCH 2008, MATTERN 2008, HOLZNER 2006, DEWITZ 2006, UHLENDORF 2006, ARZT 2006, DIONISUS 2005, HENSEL 2005)

Les thèses proviennent d'universités réparties sur l'ensemble de l'Allemagne[3]. Une grande part des thèmes explorés en Allemagne sont d'abord économiques sous les registres du marketing, de la stratégie ou des enjeux de territoire. Les travaux sur le marketing portent sur les thèmes suivants : attractivité, politique de marque, définition des prix, processus de décision, marketing relationnel, concurrence d'internet, différenciation concurrentielle, image. Dans le domaine stratégique, plus ou moins lié souvent à des approches marketing, nous trouvons : avant tout le sujet du marché international, de l'internationalisation du marché des foires et salons, des politiques de développement des entreprises (société de foires et salons, entreprises exposantes) sur les marchés étrangers. La question de l'avenir des foires et salons en Allemagne est aussi posée, à la fois dans l'analyse des scénarii possibles, mais aussi avec un fond d'inquiétude, malgré la puissance et les performances de cette industrie en Allemagne. Les chercheurs ont aussi abordé les questions territoriales, encore d'un point de vue au fond marketing : le tourisme, les retombées sur les qualités et l'image d'une ville et d'une région, le positionnement des villes, la mesure de l'efficacité pour le territoire. Au-delà de l'économique, apparaissent quelques sujets juridiques et

[1] A partir de l'échantillon des noms des jeunes docteurs ci-dessous nous avons pu retrouver sept d'entre eux qui poursuivent une carrière dans les foires et salons, soient comme enseignants-chercheurs, soit comme dirigeants (Martin KASSUBEK est directeur de la stratégie à Messe Nuernberg, Anna HOLZNER, consultante dans ce domaine, Martin UHLENDORF dirigeant à la Foire d'Hanovre -Deutsche Messe, Rowena ARZT a été pendant des années dans l'équipe de l'UFI, Siegfried MATTERN a dirigé la Foire de Leipzig – Messe Leipzig- Ulrich WUNSCHE et Katrin JUNG, enseignants-chercheurs.)

[2] http://www.auma.de/de/DownloadsPublikationen/Seiten/Default.aspx#14

[3] Hanovre, Brême, Cologne, Düsseldorf, Dortmund, Duisbourg, Wuppertal, Francfort, Bochum, Wiesbaden, Aix-La-Chapelle, Münster, Munich, Nuremberg, Leipzig, Berlin, Göttingen, Rostock. Le sujet est donc bien entendu, à la fois dans les villes dont les positions sur le marché mondial sont majeures (Hanovre, Francfort, Cologne, Munich, Nuremberg, Leipzig ou Berlin) ou plus modestes et de niveau national ou régional.

surtout des analyses historiques notamment autour de la reconstruction de l'après-guerre.

Il est intéressant de noter plus globalement que ces travaux ne portent pas uniquement sur les manifestations en tant que telles, mais aussi sur leur production, notamment le rôle des sites, et sur leurs relations avec les filières et les territoires. Cette ouverture se retrouvera aussi, malgré une large prédominance du sujet des manifestations, dans les articles scientifiques.

3. La prédominance du marketing et du management

Hormis l'exemple allemand, la littérature scientifique la plus répandue reste celle du marketing et du management. Très brièvement, seront dressés ici à la fois un panorama de ses évolutions et une description plus précise par type d'acteurs des FSC.

a. Panorama

Les recherches en marketing et management sur les Foires et Salons n'ont vraiment commencé à apparaître que dans les années 90 et elles ont atteinte récemment le temps des rétrospectives, marque sans doute de leur maturité, même si la profession ne semble répondre que rarement aux appels des chercheurs[1]. Nous devons à trois chercheurs ce nouvel effort de synthèse (SKALLERUD et TAFESSE 2017, CURINA 2017)[2]. Dans chacun de leurs travaux, ils identifient moins de deux cents articles dans les

[1] « The results of the analyses will be discussed and recommendations will be provided for managers and academicians at the last section » (c'est nous qui soulignons) écrivent deux chercheurs en dernières lignes de l'introduction de leur article (ÇOBANOGLU, TUAREVA 2014). Nous pouvons ajouter, parmi d'autres exemples, ces lignes finales de l'introduction d'un article de deux auteurs récurrents dans la littérature : « Finally, conclusions and implications for exhibitors and export promotion providers are offered » SERINGHAUS, F. H., ROSSON, P. J. (1998), "Management and performance of international trade fair exhibitors: government stands vs independent stands", International Marketing Review, 15, 5: 398-412

[2] Les deux premiers, Wondwessen TAFESSE et Kåre SKALLERUD, de l'Université Arctique de Norvège, publient en 2017 une revue systématique de la littérature marketing sur les foires et salons sur la période 1980-2014. La troisième est la jeune docteur Ilaria CURINA de l'Université d'Urbino « Carlo-Bo » qui, dans sa thèse, soutenue en 2017, sur la présence des nouveaux médias dans les Foires et Salons, consacre une très large partie de son travail à une récension des articles dans les revues internationales de management et d'affaires – « Business » sur la période 1997-2017.

revues internationales de Marketing, de Management et de Tourisme[1] [2]. Les universités des auteurs (CURINA 2017) sont avant tout d'origines anglo-saxonnes (Etats-Unis, Royaume-Uni, Australie, Canada), puis asiatique (Chine, Corée, Taïwan, Malaisie) et enfin européennes (Espagne, Suède, Italie, Allemagne, Finlande). La géographie des manifestations étudiées est dominée par l'Europe et l'Asie et dans l'ordre des pays : La Chine, L'Allemagne et la France (qui reprend là un peu de visibilité, étant donnée la faible présence des auteurs français dans cette récension d'articles internationaux[3]).

Deux éléments frappent dans ces rétrospectives : le constat de l'inconsistance théorique initiale des articles produits et l'apparition, au contraire, dans les dernières années d'une croissance nette des perspectives théoriques, et le passage d'une perception des manifestations fondée sur leur objectifs commerciaux à une autre plus

[1] Tableau du TOP 10 des revues citées hiérarchisées en fonction décroissante de leur nombre d'articles

Les revues marketing, extrait de Table 1 Journal distribution of trade show articles, TAFESSE, SKALERRUD 2017)	Les revues sur le périmètre large Management et Business, extrait de Fig 3.4 Most recurring Journal analysis, CURINA 2017,
Industrial Marketing Management	Journal of Business & Industrial Marketing
Journal of Business & Industrial Marketing	Industrial Marketing Management
International Marketing Review	Journal of Convention & Event Tourism
Journal of Business Research	Journal of Business Research
Journal of Promotion Management	International Business Review
Journal of Marketing	Journal of Marketing Communications
Journal of Marketing Communications	Industrial Fabric Products Review
European Journal of Marketing	European Journal of Marketing
Journal of Global Marketing	Journal of Global Marketing
Journal of Marketing Management	Journal of Marketing

[2] Retenons les noms d'auteurs récurrents qui sont autant de personnes qui participent à cette communauté aujourd'hui invisible sur les Foires et Salons : Penaloza L., Lampel J., Meyer A. D, Ling-Yee L., Rinallo D., Golfetto F., Munuera J. L., Ruiz S., Smith T. M., Hama K., Smith P. M., Blythe J., Dekimpe M. G., Francois P., Gopalakrishna S., Lilien G., Van Den Bulte C., Seringhaus F. H., Rosson P. J., Tanner J. F., Hansen K., Aldebert B., Dang R. J., Longhi C., Borghini S., Ramirez-Pasillas M..

[3] Citons une revue française : DM DECISIONS MARKETING : MAYAUX F., SHAW J., TISSIER-DESBORDES E., (2006), "Les foires et salons : pour quoi faire ? Objectifs des exposants et mesure de l'efficacité", DM DECISIONS MARKETING, janvier-mars, pp 23-32,

ouverte sur des objectifs non-commerciaux, par-dessus tout ceux d'échange de connaissance.[1]

L'analyse des évolutions de thématiques (CURINA 2017) rend compte dans les années 1990, d'une phase de globalisation des marchés qui conduit à des rationalisations dans les salons; à partir de 2004 le développement des nouvelles technologies conduit à passer d'une attention aux éléments structuraux des événements (lieux, infrastructures) aux contenus de services, d'organisation et de développement des relations entre participants au-delà des manifestations, et enfin la troisième phase provoquée par la crise de 2008 qui affecte les Foires et Salons les obligeant à des mutations (développement des fonctions d'interaction, internationalisation de grands organisateurs, croissance de l'expérientiel, nouveaux formats de manifestations, baisse de la valeur de l'espace) et à l'adoption par les organisateurs de nouvelles stratégies (création de nouveaux business modèles sur la base de nouveaux partenariats, rationalisation notamment des coûts et ouverture à des nouveaux événements, et innovation avec internet). CURINA conclut à l'apparition de quatre grandes tendances : marketing relationnel (construction de relation, de réseaux et échange de connaissance) ; le process d'internationalisation (double mouvement d'internationalisation et de montée en puissance des salons comme clusters et catalyseurs territoriaux), le marketing expérientiel (avec notamment le rôle du divertissement) et enfin le marketing digital.

Est-ce que l'évolution de la littérature vers une perception plus complexe des Foires et Salons est le signe de la complexification des Foires et Salons ou plutôt celle de l'intensification du regard des chercheurs ? Nous posons cette question parce que notre expérience professionnelle des salons est différente[2]. L'observation des

[1] La définition des salons changent (CURINA 2017) passant dans les années 1980-1990 d'une attention centrée sur les objectifs commerciaux, par exemple « Trade shows are temporary marketplaces where suppliers from an industry or product group gather to showcase their products and services to current and potential buyers, the media, and other purchase influencers » (BLACK 1986), à notamment des définitions au début des années 2000 concentrées sur les aspects relationnels, « Opportunity for transactional selling, and thus may overlook opportunities that exist for initiating and building relationships with key accounts » (BLYTHE 2002) , ou à aujourd'hui sur le rôle des salons comme plateforme d'échange de la connaissance : « Trade shows can be seen as compressed situation of knowledge gathering for innovations through the function of Market Intelligence » (SØILEN 2010).

[2] Alors que CURINA constate la nouvelle attention aux « non-selling objectives », l'expérience des salons montre un passage à un « refroidissement » des salons, les professionnels se souvenant d'une convivialité, d'un engagement des

chercheurs ne serait au fond pas celle de l'émergence d'une tendance, mais le fruit d'une intensification de leur regard capable alors de mieux identifier dans la réalité la présence de fonctions sociales et de connaissance (auxquelles la profession n'accorde pas assez d'importance).

b. Les articles orientés sur les intérêts des acteurs

Les FSC restent entendus principalement comme des outils, une technologie, un média, moins comme un fragment du réel et donc un champ économique en tant que tel. Les articles sur les intérêts des exposants à user des dispositifs Foires et Salons dominent, même si un regard en hauteur permet de déceler un certain nombre de sujets variés par type d'intervenants dans le processus des manifestations (voir tableau ci-dessous).

L'approche exposant repose d'abord sur la performance marketing et commerciale des participations au « media » salons. La participation à des salons peut représenter la quasi-majorité des investissements marketing et promotionnels d'une entreprise exposante (AUMA 2018)[1]. Il s'agira dans ces travaux de déterminer les critères de décision pour participer à des salons, avant tout internationaux et dans des contextes d'exportation[2] (SERINGHAUS, ROSSON 1998, 2004 ; EVERS, KNIGHT 2008 ; TAFESSE, SKALLERUD 2011 ; ÇOBANOGLU E., TUAREVA V. 2014)[3]. Les critères de performance peuvent dépasser la mesure de l'activité commerciale et s'ouvrir sur des questions de

exposants, d'une vitalité sociale, qui ont peu à peu disparu au profit d'une rationalisation des pratiques, comme si au fond les dimensions « non-commerciales », perdaient leur force.

[1] Rapport de l'AUMA Messetrends 2018, p. 15

[2] Sur quels salons s'orienter ? Comment gérer sa présence pour la rendre efficace en termes commerciaux et marketing ainsi que les phases de préparation et de suivi ? Quel stand choisir (surface, positionnement, ouvertures) ? Comment mesurer l'efficacité et le retour sur investissement ? Quelles comparaisons entre les foires et salons et d'autres outils de communication et de commerce ?

[3] Ces articles peuvent fournir :

Aux entreprises, des savoir-clefs pour définir des stratégies de participation et s'organiser,

Aux pouvoirs publics et aux organismes de soutien à l'exportation, les éléments utiles pour inclure des dispositifs de foires et salons dans leurs politiques, mais aussi dans leur réglementation,

Aux organisateurs et aux parcs des expositions, des arguments pour convaincre les entreprises et surtout le rappel insistant sur la nécessité d'accompagner et de créer des services à l'endroit des entreprises pour rendre plus performante leur présence, au-delà évidemment de la performance propre à leur manifestation.

Eventuellement aux prestataires, des arguments pour construire leurs propositions de stands et développer leur idée de design.

marque, d'image et de notoriété (HERTRICH 2008)[1]. Le développement de travaux sur le déploiement de la marque dans les salons prend place dans le cadre plus vaste du « marketing évènementiel »[2][3].

L'organisateur n'a pas la belle place, mais parmi les « fabricants » des Foires et Salons encore est-il le seul à avoir un bout de rôle sur la scène (très peu voire pas d'articles sur les prestataires). Il est assez rarement discuté de la nature même de ces organisateurs. Des travaux sur le pricing des stands et services (HOLZNER 2006, UBM 2013[4]) interrogent le business model des salons, le partage de marge entre acteurs de la chaîne de valeur (CHARIE 2006) et -encore exceptionnellement- les mécanismes de marchés bifaces (HAGEMEISTER 2009).

Les travaux sur les visiteurs se multiplient (BORGHINI, GOLFETTO, RINALLO 2006 ; BERNE, GARCIA-UCEDA 2008 ; GOPALAKRISHNA, ROSTER, SRIDHAR 2010 ; RINALLO, BORGHINI, GOLFETTO 2010). Leur nombre devrait grandir : la simple coïncidence et adéquation croissante des foires et salons avec les attentes d'expérience et de vécu des

[1] HERTRICH SYLVIE Contribution à la communication événementielle : une analyse sémio-contextuelle du Mondial de l'automobile, thèse en Sciences de Gestion, Université Panthéon-Assas (Paris II). L'auteur n'hésite pas à sortir des champs du marketing et de la communication pour étayer ses arguments. Philosophie, Sociologie, Psychologie, Ethologie sont citées. Il resterait presque un pas, que l'auteur ne choisit pas de faire -ce n'est pas l'objet de sa thèse - pour oublier l'ensemble de l'appareillage du marketing et de la communication et laisser voir alors les richesses des productions de sens, des constructions qui ont lieu dans les foires et salons pour notre modernité en général. Cette thèse nous invite donc bien à aller plus loin.

[2] Il est probable que les organisateurs de salons eux-mêmes n'ont pas toujours pris conscience de combien les salons aujourd'hui pouvaient correspondre aux transformations des statuts des marques et de leurs formes contemporaines, contrairement aux designers de stands qui se positionnent directement sur le sujet (https://leads-france.com/) et aux entreprises elles-mêmes qui finissent par développer leur propre événement de marque.

[3] A été créé en 2017 en Allemagne le Research Institute for Exhibition and Live-Communication dédié à la recherche pour la filière « Integrated Brand Experiences » à l'instigation du FAMAB (Fédération allemande des entreprises d'Installation générale, agences évènementielles, architectes et agences de design de stands, des traiteurs et de leurs fournisseurs) et de l'Université Technique de Chemnitz et de son Professeur Cornelia Zanger, de la Chaire de Marketing et d'Administration des Entreprises. L'expérience de marque devient le lieu commun des acteurs de l'évènementiel et du champ des recherches qui peuvent être menée par ce nouvel Institut. La création de cet institut est un signe nouveau qui va dans le sens de notre thèse.

[4] Rapport d'activité 2013 d'UBM, parmi les premiers organisateurs mondiaux, p.16 : "Working closely with specialist pricing consultants, UBM is pioneering a systematic change in how we price exhibition space at our top events. (…)The price lits for each event is based on extensive research and analysis, using sophisticated surveying and pricing techniques to determine what our exhibitors value and what they are willing to pay." | Holzner Anna, Nutzenorientiertes Pricing von Messeleistungen / Pricing des prestations des Foires et Salons en fonction des besoins. / Marketing / Leipzig, Handelshochschule 2006

consommateurs ; les effets de la révolution digitale et des enjeux de réseaux sociaux et de confiance ; tout simplement la croissance de la concurrence entre les foires et salons, entre les foires et salons et les autres outils de communications (DUCROQUET et JOUNY-RIVIER 2016).

Enfin les travaux sur les territoires et la filière sont ceux qui permettent de mieux appréhender les ouvertures des FSC sur le monde extérieur. Les plus classiques d'entre eux concernent l'analyse de retombées économiques de la filière pour un territoire, métropole, région[1], pays (UHLENDORF 2006) et l'articulation avec tout le champ des recherches sur le tourisme (SPINDLER 2009)[2], avec parfois l'analyse de l'évolution des partenariats entre le public et le privé (MATTERN 2008). Ajoutons celles qui nous aborderons plus en détail dans la suite de notre travail : la structuration de la filière et des acteurs en relation avec les enjeux d'un territoire, avec notamment la question de la création de cluster du tourisme (MARGOT-DUCLOT 2005, CHARIE 2006, PLASAIT 2007, AUGIER 2009, FABRY, BEDE 2015), les enjeux des proximités créées dans les manifestations pour le développement du partage de la connaissance et de l'innovation ou la configuration de champ d'activité, le développement des positions des territoires et de leur politique via le média salon (AUGIER 2009), l'analyse de

[1] Citons l'exemple de la thèse de Martin UHLENDORF, Die deutsche Messe- und Ausstellungswirtschaft - Räumliche Standortstruktur- bzw. -entwicklung, Standortbewertung am Beispiel der Messestadt Frankfurt -, (L'économie allemande des Foires et Salons et la valorisation, le développement et la structure des territoires, exemple de Francfort, comme ville de foires et salons), Westfälischen Wilhelms-Universität zu Münster, 2006

[2] L'analyse des retombées économiques sur un territoire est un domaine de recherche largement partagée par la recherche (SPINDLER 2009) par les acteurs de la filière, individuellement ou collectivement, et par les pouvoirs publics, voire plutôt moins traités par la recherche que par l'ensemble de ces derniers. Cette analyse est à la base des argumentaires qui conduiront à des investissements très importants, plusieurs centaines de millions d'euros sur un territoire : construction ou rénovation de parcs des expositions, de centres de congrès ou autres sites « événementiels », infrastructures routières et plus largement d'accessibilité, soutien aux investissements des entreprise hôtelières ou des entreprises incluses dans l'ensemble de la chaîne de l'accueil, investissement dans des services des collectivités sur le tourisme d'affaires ou l'attractivité territoriales, …

l'activité des foires et salons dans d'autres régions du monde (BATHELT et alii, 2014, 2017, UFI 2019).

Les recherches économiques sur les FSC n'ont au fond que 30 ans : grande jeunesse. Certes, le rôle des FSC n'est pas reconnu comme rouage essentiel de l'économie mondiale et les thèmes restent encore souvent réservés au monde micro-économique des entreprises et encore plus resserrés à la jauge principale des exposants et de leurs performances commerciales. Mais des échappées sont possibles : la bascule sur les enjeux des plateformes, l'orientation vers les enjeux territoriaux, les ouvertures vers les enjeux de connaissance. Entre l'économie et la géographie, les recherches sur le

Fig 2. Domaines de recherche économiques sur les Foires et Salons par type d'acteurs

tourisme vont nous donner une manière d'approfondir le rôle des FSC sur le « dehors », en l'occurrence d'abord le territoire.

C. Le tourisme et les congrès : pour un approfondissement du rôle territorial des FSC

Le tourisme est autant une limite de l'activité des FSC qu'une entrée possible vers la multiplication des recherches et des mises en perspective. C'est le cas principalement d'un certain nombre de mécanismes territoriaux en relation avec l'activité des congrès, notamment ses articulations avec les fonctions stratégiques de la ville et les enjeux de gouvernance du tourisme.

Il existe bien un champ de recherche, initié au début des années 80 (LABASSE 1984), croissant ces vingt dernières années (CHRISTOFLE 1997, ARCHAMBAULT 2003), en devenir sûrement (CHRISTOFLE 2013), dominé d'abord par les économistes et les géographes, qui fait une part plus belle que d'habitude aux congrès. Il s'agit de ce qui est appelé – non sans débat, comme tout sujet de définition dans ce domaine-, en France, le Tourisme de Congrès et de Réunions, que les anglo-saxons pourront appelée « Convention Tourism Studies » ou « Conference Tourism Studies » (CHRISTOFLE 2013). Ces travaux se concentrent largement sur la part de l'activité congrès dans la structuration des villes comme destination dans un paysage géographique international et concurrentiel. Ils permettent de prendre de la hauteur sur un aspect de l'activité congrès en donnant une vue cartographique de ses effets dans le monde : des points urbains clignotent et dressent un réseau de concurrence urbaine sur une carte planétaire.

Les explorations de ces recherches parcourent schématiquement trois grands foyers :

• La définition du périmètre des recherches, notamment l'appartenance ou pas au champ du tourisme, la simplification en « tourisme des affaires », et le spectre des types de réunions intégrés (CHRISTOFLE, FABRY, MORSCHEL 2010)

• La description de l' « industrie » des congrès, ses marchés, ses acteurs, sa corrélation avec les questions des trajectoires de développement des métropoles et des territoires, du point de vue interne de la croissance qualitative des villes et des régions et du point de vue comparé entre les villes et les territoires à l'échelle régionale, nationale, continentale ou mondiale. Il existe des « trajectoires congressuelles » des villes (CHRISTOFLE 2013, 2014)[1]. Les congrès fabriquent bien de la ville.

• L'orientation vers des mécanismes de gouvernance des acteurs sur les territoires et en particulier la création de clusters. Les villes de congrès ont aujourd'hui atteint une phase de réflexion sur les modes de gouvernance de leur activité congrès. Dans le prolongement de travaux faits en économie industrielle et de l'innovation, et aussi de

[1] L'activité TCR n'est pas un élément supplémentaire des villes, mais bien une fonction intégrée de leur nature même de métropole : « Elle est liée aux fonctions de commandement, de haut niveau de finance, d'enseignement supérieur et de recherche, de développement scientifique et économique, d'innovation, d'information et de communication, en fait à toutes les activités mondialisées d'une ville-métropole ». (CHRISTOFLE 2014)

la mise en place des pôles de compétitivité, des chercheurs ont commencé a développé l'idée de « cluster du tourisme » (FABRY, BEDE 2013)[1]. Il s'agit de décrire un mode de gouvernance possible de l'ensemble des acteurs, un collectif, ouvert, de nature horizontale, en réseau, en jouant sur la communauté de territoire et la proximité géographique, mais aussi sur les proximités entre les organisations et entre les individus, dans un contexte de concurrence entre les territoires[2]. (FABRY 2009; FABRY et ZEGHNI 2013, FERREOL 2013).

Le chemin ne fait au fond que commencer. Ces recherches tracent de nombreuses voies et ne peuvent que faire réagir les professionnels, même si aujourd'hui ils ne semblent pas s'y intéresser. Comptons en trois, en guise d'introduction à des échanges possibles : la question des « routes » et des flux entre les destinations, de congressistes, d'informations, de mise en réseau des villes ; l'ouverture de la question des clusters de tourisme sur le non-touristique avec l'intégration des enjeux larges d'un territoire ; et enfin la question essentielle du désir. Ce à quoi un cluster de tourisme doit répondre est : comment se gouverner pour désirer travailler ensemble à rendre la destination désirable ? De la même manière que des grands événements, des salons, des congrès ne peuvent voir le jour qu'à partir du moment ou un collectif, une communauté, désire leur existence.

D. Les lointains du Sud et de l'imaginaire

En marge des pans de l'Histoire, de l'Economie et du Tourisme, il existe une série de recherches encore trop singulières, des incises, qui croisent l'Economie, la Géographie, la Sociologie, la Littérature et les Arts aussi. Il s'agit de les évoquer sans

[1] L'émergence du concept de « cluster de tourisme » est encore récente. Le rapport CHARIE ne l'évoque pas, l'étude commanditée par France Congrès auprès de KPMG (Etude KPMG sur la compétitivité de la France dans l'Europe des congrès. L'étude n'est pas publique et nous faisons donc appel à nos souvenirs d'auditeur et de lecteur. Le titre lui-même n'est probablement pas le titre originel, mais l'effet de notre mémoire) en 2005 n'utilise pas le terme, même si les défis de structuration et de professionnalisation occupent le cœur des propos.

[2] L'élément le plus frappant de ces projets de cluster est leur voisinage dans leurs mécanismes avec les congrès eux-mêmes. Nous verrons, une autre piste de recherche, déployée plus particulièrement dans l'univers des salons professionnels, propose de définir les salons comme des « clusters transitoires ». Nous arrivons à une sorte de moment-clef où la nature des manifestations fait écho à la nature des gouvernances des destinations, une sorte de pli de l'un sur l'autre. Toutefois, et c'est là qu'il faudrait réussir à croiser les parallèles, la ligne qui mène au cluster de tourisme n'est pas passé par l'observation et l'étude des cohérences et des régimes relationnels créées dans les salons et congrès. Pourtant il semble qu'il puisse y avoir des modes d'expression des uns par les autres.

les intégrer aux analyses précédentes, parce qu'elles existent de manière isolée, encore si peu citées. Et elles parlent souvent des FSC autrement. Il s'agit de différentes recherches menées sur des foires et salons, des marchés du sud et des travaux ethnologiques, linguistiques et littéraires.

1. Les foires du Sud : des lointains qui rapprochent d'un intérêt pour les FSC

Les travaux sur les souks du Maroc, les Foires du Mali ou les Marchés du Chili parlent d'un ailleurs qui tient bien son propre chemin. Ce n'est pas l'exotisme qui en fait leur saveur, mais l'importance des enjeux qui y est plus visible :

- L'enjeu de la connaissance. L'anthropologue américain Clifford GEERTZ est une référence sur l'économie de bazar. Il a fait de très nombreuses recherches sur le souk du Maroc (GEERTZ 1978, 2003). Il analyse les mécanismes de développement de la connaissance du marché par les acteurs en présence : les hiérarchies et les parités sur le marché, la connaissance profonde des situations, le rôle des prix, la reconnaissance des uns et des autres, les intrications avec le tissu socioculturel…

- Le rapport ville-campagne. La jeune chercheuse Gwenaëlle RATON, à partir du cas de l'essor des foires dans la périphérie de Bamako, interroge les formes de continuité et de rupture entre les marchés et les foires, toute l'articulation de l'activité fiéristique avec l'urbanisation, la relation entre la métropole et son territoire, le maillage des villes et des foires, mais aussi les rapports entre les pratiques individuelles et les structurations collectives. Face à l'évolution des villes, les Foires vont-elles se spécialiser, vont-elles être moins nombreuses et plus grandes, qui va les contrôler ? Les petits marchands y auront-ils encore leur voix ? Peuvent-elles être un rouage pacifique dans un climat d'insécurité ? (RATON 2012)

- Les mécanismes d'autorégulation. Dans sa thèse sur les foires et marchés au Chili, la jeune chercheuse Karin BERLIEN ARAOS analyse les mécanismes d'auto-organisation des acteurs associatifs, de production de régulations et d'institution pour permettre les échanges et les transformations dans la

transmission des informations, les formes de connaissance et insiste sur l'énoncé de la complexité du système étudié (BERLIEN ARAOS 2013).

- Bataille, formation des milieux sociaux et apprentissage de normes communes. Le sociologue Guillaume Favre dans sa thèse (FAVRE 2014) qui porte sur un salon de distribution de programmes de télévision en Afrique sub-saharienne décrit comment le salon est un dispositif qui rend possible un encastrement des enjeux marchands de l'Afrique dans le marché mondial. Il produit une sorte d'appareillage frontalier qui permet à la fois la distinction des acteurs africains et leur communauté avec le marché mondial. Toutefois cette articulation avec le marché mondial n'est pas pacifique, les plus puissants réussissent à y imposer leurs normes, se crée un milieu social qui devient terre dominée. L'espoir pourtant n'est pas mort, des acteurs et des productions africaines émergent malgré tout[1].

Il est étonnant que ces travaux, pour la plupart récents, mais qui portent sur des manifestations en-deçà du regard des professionnels et qui n'appartiennent pas à un quelconque schéma nouveau des foires et salons ouvrent autant de perspectives sur des problématiques qui dépassent largement la performance économique et touche à la complexité et la richesse des foires et salons dans les sociétés et les territoires.

2. Les lointains des voix, du théâtre et des fictions

L'oralité, les jeux de conversations et les arguments, le théâtre de la comédie humaine, les rêves et les histoires appartiennent largement au monde des Foires, Salons et Congrès et constituent des bases solides de leur rôle. Mais les recherches y sont très rares, et en dehors des regards.

[1] Le sociologue s'inscrit dans la lignée d'autres travaux sur ce thème (BATHELT, MALMBERG, MANSKELL, SCHULDT, LAMPEL, MEYER…) auquel nous avons consacré une part de notre travail. Guillaume Favre ouvre bien dans sa conclusion des perspectives sur la reproduction de son travail dans d'autres industries, sur d'autres salons, mais aussi sur le champ des congrès et donc aussi des sciences.

a. Ethnologie de la voix

Un étudiant en ethnomusicologie consacre un travail de maîtrise sur « Les voix du marché, le cri du marchand et son écoute » (FERAUD 2003). 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. 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 ces apparitions, toute cette phénoménologie des FSC, nous parle de notre monde et de nous-mêmes. C'est encore l'ethnologie, avec l'article de Ronan LE VELLY (2007), « Les démonstrateurs de foires : des professionnels de l'interaction symbolique » qui relance sur les valeurs de l'oralité fiéristique. A 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…

b. Le théâtre de foire

Mais le plus vaste champ de recherche est celui littéraire du théâtre de foire (LESAGE, LURCEL 2014), à la fois signe manifeste de l'oralité et pli du monde des FSC avec l'imaginaire et la fiction. Il existe un trésor dans la tradition des Foires, son théâtre, né au 17ème siècle, disparu à la fin du 18ème, mais transformé dans les théâtres populaires, les théâtres de boulevard, l'Opéra-comique, jusqu'à aujourd'hui pouvoir réapparaître par bribe dans le théâtre de rue. Des chercheurs passionnés, et combattants sûrement, s'intéressent au Théâtre de Foire (RUBELLIN[1], TROTT, PAUL-

[1] En France, à l'Université de Nantes existe depuis quinze ans le Centre d'Etudes des Théâtres de la Foire et de la Comédie-Italienne (CETHEFI : http://cethefi.org/, dirigé par Mme RUBELLIN, voir aussi RUBELLIN Françoise, Les scènes de reconnaissance dans le théâtre de Piron, 2013 Arrêt Sur Scène, http://www.ircl.cnrs.fr/index.html . Ce centre s'inscrit dans la lignée des travaux de l'anglais Barry Russell et du canadien David Trott (http://homes.chass.utoronto.ca/~trott/courses/fre1800/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.) . Ils 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

MARCETTEAU 1983, VENARD 1985, LURCEL 1983 et 2014) et rendent possible sa redécouverte[1]. Il est ainsi possible de tracer une ligne entre ceux-ci et les récents travaux sur la « congréturgie », application des formes dramaturgiques à l'organisation des congrès et au développement de la performance de communication des réunions (MARTINEZ 2017). Nous ne sommes plus au 18ème siècle, mais bien au 21ème.

c. Les explorations romanesques et cinématographiques

Enfin, à l'inverse du théâtre qui a mis la fiction dans les foires, il existe aussi les foires, les salons et les congrès dans les fictions, dans la littérature et le cinéma, même si cela n'arrive qu'épisodiquement. Et nous pouvons considérer, si ce n'est comme des recherches pures, au moins comme des explorations, par exemple, les descriptions du monde de la recherche dans les congrès des romans « A Small World » de David Lodge ou « Call-girls » de KOESTLER, celle des salons dans les films « The Conversation » de COPPOLA, « Trafic » de TATI, plus récemment « Lord of War » de NICOL, « La Vache » de HAMIDI ou voire les usages baroques du vocable de la « foiridondaine » dans les romans policiers SAN ANTONIO[2].

E. Conclusion

Cette première approche du paysage de recherche sur les FSC montre son éclatement. Mais il est loin d'être vide. Les strates sont nombreuses, des florescences de l'histoire à l'argot d'une fiction, en passant par le pragmatisme des études de marketing. Ses travaux ne sont pas déconnectés de la réalité professionnelle, les ponts

---

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/ .

[1] Dans le cadre de nos fonctions de directeur de parc des expositions et organisateur de foires et salons nous avons lancé un festival du théâtre de foire à la Foire de Poitiers, en mai 2015. IL s'agissait de relancer l'idée d'un théâtre de foire possible dans les foires. Les troupes et les acteurs eux-mêmes n'ont pas perçu cette proposition comme une évidence. Les foires devenues trop commerciales ne deviennent que difficilement lieux de théâtre. En revanche cette initiative a reçu le prix « coup de cœur » de l'UNIMEV, remis lors de son congrès annuel en 2015, preuve que l'idée d'un théâtre est encore possible et reconnaissable par la profession.

[2] Autrement, San Antonio a écrit « Foiridon à Morbac City ». Cela semble le seul titre un peu voisin des foires. Son dictionnaire (LE DORAN Serge, PELLOUD Frédéric, ROSE Philippe, Dictionnaire San-Antonio, Edi. Fleuve Noir, 1993) à FOIR…passe par Foirade, mais l'origine n'est pas de nos Foires, jusqu'à foiridondaine, une fête donc, foiridonner, festoyer, foiriner, festoyer encore et foirinette, fête. Il est probable que nous aurions intérêt à foiriner un peu plus.

sont nombreux, simplement aujourd'hui personne ne s'y rencontre assez souvent. Il est aussi possible de voir que des germes sont là pour de nouvelles perspectives. La seule dimension de plateforme des FSC mériterait une nouvelle attention. Sans doute aussi chaque pays qui souhaite renforcer ses positions sur le marché des FSC devrait tirer les leçons de ce qui s'est construit depuis des dizaines d'années en Allemagne : une recherche distribuée sur l'ensemble du territoire, accessible, levier d'entrée dans le monde professionnel. Les cas des Foires du Sud, les explorations des périphéries fiéristiques portent aussi des indices forts vers les enjeux de connaissance, de bataille politique, de sociologie. L'Economie ne dit pas tout, parce que les FSC ne sont pas que des entités économiques. Plus largement, les croisements entre les disciplines, les jeux entre l'économie, la société, les amitiés et les fictions des hommes laissent voir la complexité des FSC, leur fonction d'encastrement de mondes les uns dans les autres. Cette recherche encore clairsemée est jeune, la littérature ne se densifie que depuis 30 ans. Et déjà émerge une ligne de fuite majeure de ce paysage, celle d'une articulation entre le développement des recherches sur les FSC et la mise au jour de leurs fonctions de production de connaissance. Et cela se fait en partie à partir des bases de l'analyse économique. C'est ce qu'il faut explorer maintenant pour mieux repérer le pli entre les FSC et la Connaissance.

II. Une ligne de fuite vers la Connaissance

La métaphore pourrait commencer à être filée des rencontres dans les Foires, Salons et Congrès, où l'on fait connaissance, à l'analyse croissante des fonctions de production de connaissance des FSC. La croissance de la Connaissance sur les FSC conduit à une meilleure connaissance de la Connaissance elle-même et de ses mécanismes. Tout cela est dit sur la pointe des pieds aujourd'hui et personne ne s'en empare vraiment. Il s'agira ici de montrer combien le chemin est déjà fait, praticable et qu'il donne des directions. Cela se fera en trois étapes. La première part des congrès, au cœur des transformations de la science, et de leur histoire. Elle est souvent peu faite, mais ce qui s'est déjà écrit peut déjà porter ses bénéfices. La deuxième entre un peu plus dans les travaux sur le rôle des proximités géographiques et sociales conditionnées par les FSC et qui tiennent leur rôle dans la production de connaissance. La dernière mettra en lumière quelques exemples de projets de recherche menés dans les FSC, quand les manifestations elles-mêmes deviennent terrain de connaissance.

A. Le Congrès au cœur de la Science

Le congrès est au cœur de la vie de la science, plus qu'il n'est dans l'encre de ses livres. Il est autant dans le parcours des scientifiques, que dans les bordures de ce qui est scientifique, plis avec les affects des hommes et leur vie sociale (KOESTLER 1973, PESEZ 1975, LODGE 1984), la naissance des idées, la société, les pouvoirs. Aujourd'hui, les scientifiques se sont peu inquiétés de penser les congrès. Nous commencerons donc par le romanesque, dont des savants hommes seront auteurs et acteurs. Puis des histoires et des récits, nous réussirons à rejoindre l'histoire, cette fois-ci la vraie, non pas des congrès, mais de congrès, pris individuellement, sans synthèse et d'abord de l'histoire des sciences et de la culture. Enfin nous entrons dans la mécanique et les formes des congrès, peu s'y sont lancés, mais les tentatives suivent plusieurs voies de la sociologie à l'économie du digital[1].

[1] Nous excluons de notre lecture toutes les informations parfois d'une très grande richesse qui peuvent être fournies sur tel ou tel congrès, à l'exemple de l'Institut CGT d'Histoire Sociale qui met à disposition des lecteurs de très nombreux documents et archives sur les congrès du syndicat depuis leurs origines, à la fin du 19ème siècle.

1. Petit écart mathématique et archéologue d'avenir

La conversation est nécessaire à la science, même à celle que l'on croit la plus distante des palabres, celle des mathématiques. Alors nous sautons sur la belle occasion du travail littéraire de Cédric Villani, mathématicien, Théorème Vivant (VILLANI 2012). Et un peu moins de deux cents ans plus tôt, un savant archéologue initie le projet d'un congrès scientifique encyclopédique. Son seul nom est romanesque et pourrait sortir d'un livre de Jules Verne : Arcisse de Caumont.

Cédric Villani a écrit le récit des conversations qui appartiennent au long travail de construction d'un nouveau théorème mathématique dont la portée lui valut la plus haute distinction donnée à un mathématicien, la Médaille Fields. Combien de tirets de dialogue, de transcriptions de mails, de discussions dans les couloirs des universités ou lors de congrès justement rendues dans ses pages. « Pas de conversation, pas de théorème » : peut-être est-ce déjà un théorème « congressuel » ? Et merveille des merveilles, cette récompense est délivrée lors d'un congrès, le congrès ICM, International Congress of Mathematicians, qui a lieu tous les quatre ans, Hyderabad en 2010, Séoul, l'été 2014, Rio en 2018 (CURBERA 2012).

De l'autre côté du temps, un Français, Arcisse de Caumont, archéologue, initie en France, en 1833, à Caen le premier congrès scientifique, à l'instar d'un autre savant Alexandre von Humbold Outre-Rhin[1]. Le congrès scientifique tourna dans les villes de province française de 1833 à 1879. Il durait dix jours et avait une vocation encyclopédique[2]. Le congrès avait pour finalité de constituer « les Etats-généraux de l'intelligence », mais il était aussi, dans les villes où il prenait sa place, un grand événement populaire (HOTTENGER 1934)[3]. Nous avions là un croisement serré de développement des savoirs, de rappel du rôle des provinces dans la science,

[1] Ce n'est peut-être qu'une anecdote, mais Arcisse de Caumont donna des cours d'Archéologie à Caen en 1830 dans le Pavillon de la Foire réhabilité en lieu de réunion de sociétés savantes (Notice de JUHEL Vincent, 2009, http://www.inha.fr/fr/ressources/publications/dictionnaire-critique-des-historiens-de-l-art/caumont-arcisse-marquis-de.html).

[2] Il regroupait autant les sciences physiques et mathématiques, les sciences naturelles, sciences médicales que l'histoire et l'archéologie, l'agriculture, le commerce et l'industrie, la littérature, la philosophie et les beaux-arts.

[3] « Sur les rives du fleuve, le congrès est salué à maintes reprises par les décharges de mousqueterie des gardes nationales »[3]. HOTTENGER Georges, 1934, Un centenaire – Le Congrès scientifique et l'Institut des provinces (1833-1879). La région même où se tenait le congrès devenait terrain d'étude scientifique, notamment en géologie et en sciences naturelles.

d'événement. Le congrès se concluait même sur des vœux et des revendications à l'adresse des gouvernants, dimension politique donc.

2. Histoire des Sciences et de la Culture

C'est presque avec étonnement que l'on découvre le mot « congrès » dans un lexique d'épistémologie (STENGERS et BENSAUDE-VINCENT 2003) quand il n'est même pas cité dans une encyclopédie des lieux de savoirs (JACOB 2007). Trois revues semblent, au moins en France, rassembler une bonne part des travaux produits sur l'histoire des congrès, au moins en pays francophones : La revue Mil neuf cent, n°7, 1989 : Les congrès, lieu d'échange intellectuel (1850-1914) ; La revue Relations internationales, n° 62, été 1990 : Les congrès scientifiques internationaux et La Revue germanique international (RGI), 12/2010, La fabrique internationale de la science, les congrès scientifiques de 1865 à 1945. Nous n'avons pas trouvé de livre totalement consacré à l'histoire des congrès. Les congrès n'ont pas le même modeste privilège que les Foires. Ils appartiennent plus modestement à un chapitre d'un volume d'histoire des élites intellectuelles (CHARLE 1994), ou trouve leur part dans une thèse plus large sur la coopération scientifique (SCHROEDER-GUDEHUS 1966). Ils se lisent dans un chapitre sur les rituels universitaires et genre du savoir (WAQUET 2010). Les articles sont avant tout des monographies sur tel ou tel congrès, avec pour chacune d'entre elles la possibilité d'entrer sur des études de cas sur les modes de fonctionnement et de fabrique des congrès, souvent dans les pas des Expositions universelles (RASMUSSEN 1989) : naissance d'objet scientifique (BESAUDE-VINCENT 1990, LAMBERT 2010) , création de discipline (LAURIERE 2010), développement de la coopération scientifique (RASMUSSEN 1990, ROESSLER 1990), théâtre des pouvoirs et des rivalités politiques et nationales (KAESER 2010, REINBOTHE 2010), etc…

3. Les formes vivantes des congrès

Il existe des manuels rédigés par des professionnels pour définir tout le processus opérationnel et logistique d'élaboration d'un congrès, mais cela ne donne qu'une perspective, mince, des modes de fabrication d'un congrès dans notre société, pour comprendre ce qu'il sécrète et comment. Le travail du sociologue Claude TAPIA est une exception : « Colloques et Sociétés » date de 1980 et l'équivalent n'existe pas plus aujourd'hui. Claude Tapia distingue ainsi les congrès des colloques comme d'une

génération ancienne à une nouvelle génération, les uns reflets d'une société démocratico-libérale, inspirée du parlementarisme, des rites et des procédures des débats, les autres d'une société techno-bureaucratique préoccupée « de productivité et d'efficacité ».

En écho à cette technologisation, nous voyons apparaître aujourd'hui, de manière singulière, proposé cette fois-ci par un acteur de la profession, Maarten VANNESTE, le métier de Meeting Architecte (VANNESTE 2008), directement chargé de construire les médiations des réunions et en quelque sorte de déployer avec art un ensemble de techniques existantes ou nouvelles. Le concept récent de « congréturgie » (MARTINEZ 2017)[1] répète ce regard réflexif sur la mise en scène des congrès (et pour une part leur remise en cause). Le congrès devient bien une scène qui mérite attention et devient reconnu comme lieu de production d'intelligence collective (DUCROQUET et LOUART 2016) . Les travaux sur la didactique dans les congrès rendent compte aussi, à leur manière, des performances de leurs formes (DOMPEIX 2016).

La question prend aussi une nouvelle tournure dans le contexte de la révolution digitale, non pas tant sous forme « qu'est-ce qu'un congrès digitalisé ? », mais « qu'est-ce qu'un congrès dans notre société digitalisée ? » (SIMEONI 2005, XING 2019, Christofle 2019). Il n'est pas besoin d'être rêveur pour se dire que les congrès peuvent jouer un rôle décisif croissant dans notre temps moderne devenu hyperrelationnel et grand fabricant de nouvelles proximités.

[1] Un LABCOM, dirigé par Monique MARTINEZ, a été créé en 2013 à l'Université de Toulouse 2 : LabCom RiMeC : Réinventer le Média Congrès. Nous citons un extrait de présentation : *« le projet de RiMeC consiste à analyser et déconstruire les éléments des dispositifs actuels du congrès pour les réagencer et créer de nouveaux dispositifs. Un certain nombre de pistes de travail sont explorées : réduire la "distance" entre formateurs et apprenants, donner une valeur relative au savoir transmis pour tendre vers un savoir "co-construit", remettre en question le système hiérarchique de la science pour favoriser l'échange et la réflexion commune, individualiser la connaissance, ou encore appréhender l'évènement congrès dans un continuum de formation qui englobe différents médias (congrès, plateforme numérique, Internet, publications, etc.). »* http://criso.univ-tlse2.fr/accueil-criso/arts-et-formation/labcom-rimec-reinventer-le-media-congres/. Ce projet s'est terminé en 2020 avec l'organisation d'un congrès QCVN ? pour « Quel Congrès Voulons-Nous ? » 29-31 juin 2020, Maison de la Recherche de l'Université Toulouse-Jean Jaurès

B. Les proximités de la Connaissance

Des géographes, économistes, sociologues se sont intéressés aux foires et salons autour, schématiquement, de deux grandes séries de questions fondées sur les proximités conditionnées par les salons. La première se place à l'échelle des manifestations dans leur globalité et des organismes qui les pratiquent. Elle concerne l'analyse des modes de création de marché ou de structuration d'activités par les salons, les manières par lesquelles les proximités spatiales des manifestations cristallisent, défragmentent des industries et permettent des partages de connaissance. La seconde descend d'un niveau et interroge les modes de relations interpersonnelles, les réseaux de personnes, la toile des relations humaines et sociales dans lesquelles le premier niveau est encastré. Tout l'enjeu est de déceler les forces de production de ces relations et de ces réseaux, combien le microcosmique peut modifier le macrocosmique. Sont inclus dans ce tissu social des processus d'innovation, de création, de décision.

Nous aborderons ces travaux selon les trois axes suivants :

- Configuration d'activités, création de marché et d'industrie,
- Le cluster, vers la fonction d'innovation,
- Invitation alors à une sociologie des réseaux.

1. Configuration d'activités, création de marché et d'industrie

Des sociologues, Patrick ASPERS et Asaf DARR, ont travaillé sur le cas de la création d'un salon aux Etats-Unis sur le marché des systèmes informatiques en temps réel. Son créateur avait pour fins premières de découvrir qui pouvaient être les acheteurs de son marché et quels usages ils pouvaient faire des technologies proposées (ASPERS et DARR 2011). Le salon est une machine d'apprentissage pour comprendre un marché en train de prendre forme.

En 2008, des économistes et chercheurs en management, Joseph LAMPEL et Alan D. MEYER, définissent le concept de « Field Configuring Events » (FCEs) (LAMPEL et MEYER 2008), des événements qui configurent des champs d'activités. Cette notion de FCE

est définie selon différents critères : rassemblement sur un même lieu d'acteurs hétérogènes ; sur une durée limitée ; avec des opportunités non structurées de relation sociale en face-à-face ; incluant des activités de dramaturgie et de cérémonial ; permettant des échanges d'information et des communautés de connaissance ; produisant des ressources sociales et de réputation utilisables ailleurs et pour d'autres objectifs.

Comme Monsieur Jourdain, les professionnels font des FCEs sans le savoir, et pourtant il reste justement beaucoup à faire à partir du moment où il est effectivement confirmé que ces recettes d'organisation et aussi d'opportunités non-structurées sont reconnues comme efficientes.

2. Le cluster éphémère, vers la fonction d'innovation

Dans la lignée des FCEs et de la reconnaissance du rôle des salons dans la production de marché, existe aussi une littérature nouvelle d'un peu plus d'une quinzaine d'années qui affirme que les salons sont des « clusters » transitoires et cycliques (MASKELL et alii 2004, BATHELT et SHULDT 2006, BATHELT et ALLI 2014). Nous sommes vraiment dans la même constellation. Nous y trouvons aussi une autre notion, celle de «Temporary geographical proximity » (RALLET et TORRE 2009) : moments organisés de rencontres physiques pour des lancements de projets notamment innovants, la résolution de conflit, la création de confiance. De l'autre côté de la Manche, un étudiant en 2013 termine sa thèse sur « Process définition for innovation in Trade fairs » (PÖLLMANN 2013) avec l'ambition de formuler le concept qui décrit le mieux le salon du futur, fondé sur le développement des fonctions collaboratives et innovantes des salons. Son travail est un signe encore de cette tendance en marche.

La redéfinition des manifestations comme cluster est une manière de les réinscrire dans des lignes plus vastes d'un territoire, des compositions de champs économiques, mais aussi politiques, scientifiques et éducatifs, sociaux. Simultanément à cette valorisation des fonctions agrégatives et proxémiques des manifestations, les chercheurs poursuivent leurs enquêtes à l'échelle microcosmique des relations interindividuelles, personnelles et sociales.

3. Vers une sociologie des réseaux

Ce que la plupart des auteurs qui se sont concentrés sur les mécanismes de proximité des manifestations abordent est l'encastrement, au fond, de l'économique, des filières, des relations des entreprises dans le tissu social des relations interpersonnelles produites dans le face-à-face. Le véritable paysage est là.

Des chercheurs définissent la notion de « global buzz » (BATHELT et SCHULDT 2008), l'ensemble des interactions entre les personnes sur une manifestation. Dans cette notion de buzz, un des ingrédients majeurs est la conversation. Il faudrait l'écrire en gros, 'CONVERSATION', parce que ce mot est au cœur des enjeux de notre fameuse société digitale. Les gourous d'internet nous l'ont dit avec une belle clarté, mais nous l'avons ignoré : « markets are conversations » grâce à internet, comme ils le furent hier, écrivent-ils, avec les foires et les marchés du moyen-âge (LEVINE et alii 1999).

Il existe, en corrélation avec ces travaux, une sociologie des réseaux. Dans un de ses textes, le sociologue Michel GROSSETTI, dans une description des contextes de relation entre les entreprises et de leur ressource de médiation cite, un peu de côté, les « events specially intended to promote meetings (trade shows, fairs) ». Deux jeunes sociologues, Julien BRAILLY et Guillaume FAVRE ont maintenant franchi le pas de l'application plus complète de cette sociologie des réseaux aux domaines des salons (BRAILLY 2014, FAVRE 2014, BRAILLY et FAVRE 2015 et 2016).

C. Les essais sur le terrain

Des proximités productrices de connaissance conditionnées par les FSC, nous passons maintenant à des exemples de collaborations dues effectivement à des rapprochements dans la vie professionnelle entre des acteurs des FSC et des chercheurs. Chacune d'entre elles soulève un pan de recherches possibles. Une première série ouvre des perspectives sur l'analyse sociologique des dispositifs marchands, une deuxième sur des nouveaux dispositifs de recherche au sein des salons.

1. Déambulation et dispositif marchand

Presque personne n'est encore entré dans la machine des FCS pour en décrire les mécanismes et les conditions d'existence. Les Passages parisiens ont eu, eux, Walter BENJAMIN.[1]

Lors d'une journée d'études intitulé « Salons et Congrès dans la Cité »[2], en avril 2012 à Toulouse, le sociologue Alexandre Mallard (Centre de Sociologie de l'Innovation, Mines ParisTech) présente le récit et les images de sa visite du SIAL – Salon International de l'Alimentation - « Un autre spectacle de la marchandise. Déambulation ethnographique dans les allées du SIAL. » Comme nous avons pu assister à cet exposé, nous en avons quelques souvenirs : utilisation de la méthode de la promenade, mise en série des impressions qui tente de donner un sens à l'apparition de l'ex-position, confrontation avec d'autres espaces marchands, description de dispositifs marchands et des modes d'existence des objets dans un ensemble. Nous voyons que la recherche sociologique peut devenir créatrice d'une sorte d'Esthétique des manifestations et que cette esthétique inscrit les manifestations dans des processus de production, d'actions, des lignes de causes et de mécaniques spécifiques. Elle laisse voir l'art existant.

Dans le voisinage de la promenade et de la journée d'études précédentes, le sociologue Franck COCHOY, qui s'est intéressé fortement à l'histoire du marketing, aux effets du packaging sur l'identité du consommateur, sur la production de savoir, sur les modes de séduction des dispositifs multiples du marché, a commencé une

[1] Nous ne nous étonnons pas des critiques littéraires ni des critiques de cinéma, encore moins des critiques d'expositions artistiques ! Nous n'avons aucun doute sur l'évidence de regard critique sur les productions artistiques. Ils nous manquent des critiques de Foires, Salons et Congrès. Nous avons déjà fait un bout du chemin jusqu'à la conversation, jusqu'aux interstices productives des hommes, mais tous ces mots, ces impressions, ces blocs d'affects, d'observations tendues, de butinage, d'inspiration d'atmosphère et d'air du temps ne se font pas dans le désert, mais dans un parc des expositions, dans un centre de congrès, avec des personnes, des installations multiples, des codes, des choix, peut-être même des styles. Une manifestation est un mode de saisissement du réel, nous avons déjà lu « configuration ». Elle traduit, d'une manière ou d'une autre, un point de vue, une position, avec toutes les ambiguïtés et les flous que nous savons, ceux-là étant au fond consubstantiels de l'art des manifestations. Le critique remonte la pente de cette apparition, non pas parce qu'il est technicien et qu'il connaît la musique, mais avec ses propres moyens, il détermine ce qui a « rendu » cela possible et aussi bien ce que cela rend possible.

[2] Journée d'études organisée conjointement par, le 6 avril 2012 à Toulouse, pendant la Foire de Toulouse, par l'Université de Toulouse 2 Le Mirail, le CERTOP et la société GL events, sous la direction de Franck COCHOY, Professeur de Sociologie et membre du CERTOP.

incursion dans les salons comme « espace de curiosité » (COCHOY 2011) : études des technologies mobiles qui investissent peu à peu les salons, à la fois comme outils et comme contenus mêmes marchands (à l'instar Mobile World Congress de Barcelone) ; utilisation du terrain des salons comme l'observatoire du sociologue sur la dynamique des marchés (Voir l'exemple de ROT 2011), sur une perception des transitions technologiques tout le long d'un marché au travers de la juxtaposition des stands.

Il en devient presque étonnant que la littérature marketing ne consacre que quelques pages aux foires et salons (encore moins sur les congrès) comme outils de panorama des marchés.

2. Dispositifs de recherche

Pour profiter de cette intrusion dans l'analyse des dispositifs des FSC, nous voudrions présenter deux expérimentations de recherche pratiquées dans une foire dont la réalité et les résultats servent à la fois les intérêts de la recherche et ceux de la manifestation et de leurs participants, et plus largement la filière des FSC. Ils sont des exemples de mode de coopération entre la recherche et l'entreprise. Ces expérimentations ont été rendu publiques auprès des professionnels des FSC, la première -expérimentation d'acoustique -parce qu'elle remportait le prix de l'innovation en 2012 de l'Unimev, la seconde -expérimentation de sociologie- parce qu'elle a été présentée lors du congrès de l'Unimev à Lille en juillet 2014[1].

La première expérimentation est **la réalisation d'une cartographie sonore dans un salon** qui sert de base à la définition d'un nouveau métier de designer sonore dans les Parcs des Expositions. Ce projet a pour base une expérience psycho-acoustique sur le

[1] Le Laboratoire Social sur la Déconnexion (LSD) de ComUniTIC (Communauté d'Universitaires autour des Usages des TIC) à la Foire Internationale de Toulouse 2013 est le résultat d'une coopération entre l'équipe du Parc des Expositions de Toulouse, groupe GL events, dirigée par Patrice Vassal, l'équipe de chercheurs en sociologie du projet ComUniTIC au sein de l'Université de Toulouse -Jean Jaurès et du CNRS, Johann CHAULET, sociologue, Chercheur CNRS, co-responsable du projet ComUniTIC et, Caroline DATCHARY, sociologue, Maîtresse de conférences en sociologie, co-responsable du projet ComUniTIC,, l'équipe de Science Animation dirigé par Johan LANGOT et l'école d'ingénieurs en informatique, Epitech coordonnée sur ce projet par Philippe COSTE, Directeur du Développement Régional.

salon TP BAT 2012 à Toulouse, réalisée par l'équipe[1] du Plateau d'Etudes Techniques et de Recherche en Audition (PETRA) de l'Université de Toulouse II Le Mirail – CNRS en partenariat avec GL events[2] : réalisation d'une cartographie sonore interactive obtenue à partir d'un « carottage sonore » d'une manifestation, description de types de solutions techniques d'amélioration du son, définition d'un métier de soundscape designer qui existe dans d'autres pratiques de lieux (par exemple les gares). Cette expérimentation est originale et levier de développement possible parce que la culture des professionnels dans les parcs et dans l'organisation de foires et salons est bien plus construite sur l'espace et le visible, la « bande-image », que sur le son et l'audible, la « bande-son ».

La deuxième est la mise en place d'un **Laboratoire Social de Déconnexion**[3] sur les enjeux de réseaux des publics via leur appareil mobile. Ce laboratoire s'inscrivait dans une Foire sous la forme d'un espace d'un peu plus de 60 m². Elle est le résultat d'une coopération entre les chercheurs sociologue du projet ComUniTIc de l'Université de Toulouse -Jean Jaurès et du CNRS, de l'équipe du Parc des Expositions de Toulouse (groupe GL events), d'un groupe d'élèves ingénieurs de l'école EPITECH et du Centre de Culture Scientifique, Technique et Industrielle de Midi-Pyrénées, Science et Animation. Ce laboratoire est véritablement un espace de recherche. Des chercheurs en sociologie invitent les visiteurs à participer à une étude sur les pratiques de connexion par le mobile[4]. Les données recueillies seront utiles à la poursuite de travaux

[1] L'équipe de PETRA - http://petra.univ-tlse2.fr/spip.php?rubrique1- était constituée de Pascal GAILLARD, directeur du laboratoire et de Julien Tardieu, chercheur post-doc et acousticien, dont la thèse en 2006 avait pour sujet : De l'ambiance à l'information sonore dans un espace public - Méthodologie et réalisation appliquées aux gares. Thèse de Doctorat de l'Université Paris 6, soutenue le 20/12/06

[2] En-deçà ou à côté de ce dispositif, il est aussi intéressant de savoir comment ce projet est né : la cellule de valorisation de l'Université du Mirail (maintenant Jean-Jaurès) avait un partenariat ouvert d'échanges avec le groupe GL events, gestionnaire du parc des expositions et du Centre de congrès de Toulouse. Elle était présente sous forme d'un stand au Salon TP BAT (Salon de professionnels du bâtiment) et y présentait les laboratoires et les travaux susceptibles de débouchés dans le secteur des bâtiments et de l'urbanisme. Une discussion informelle « dans les allées » entre les membres du laboratoire PETRA et ceux de l'équipe du Parc, par ailleurs organisatrice du salon, a permis l'émergence de l'idée : histoire de paroles, donc histoire aussi de sons.

[3] Voir note ci-dessus sur le Laboratoire Social sur la Déconnexion.

[4] A l'aide d'une application élaborée en collaboration avec les élèves ingénieurs, le réseau des communications mémorisées sur le mobile du visiteur est transformé en une carte 2D grâce à laquelle le visiteur peut visualiser l'image de son réseau personnel. Sur la base de cette image, un entretien qualitatif est mené entre le sociologue et le visiteur sur ses pratiques de connexion. Ce laboratoire permet une expérience originale sur la Foire, pour les visiteurs et pour les chercheurs.

de recherche sur les pratiques de connexion et la compréhension des usages. L'exercice est aussi pour le visiteur, outre un échange avec des chercheurs, une expérience de réflexion sur ses propres pratiques numériques. La simple existence inattendue de ce laboratoire dans la Foire est aussi un support de communication de l'Université auprès du public et auprès des acteurs territoriaux, en particulier politique, qui découvrent le projet. Plus profondément, c'est un exercice de partenariat entreprise-recherche pour chacun des acteurs.

D. Conclusion

Les congrès appartiennent bien à l'histoire des sciences, mais leur histoire est peu faite. Les chercheurs qui s'y sont attelés ne manquent pas toutefois de montrer la complexité et la richesse des enjeux, de la naissance de discipline, à l'internationalisation de la science et aux batailles des Nations sur la scène des idées. Les géographes, les économistes et les sociologues attentifs aux mécanismes des proximités géographiques et sociales croisent les Foires, Salons et Congrès. Souvent, leurs travaux n'en partent pas, mais ils peuvent y arriver, au moins de côté. Enfin concrètement, les manifestations peuvent être des terrains d'échantillonnage du réel ou d'analyses sociologiques. Ainsi est-il possible de passer de recherche sur la production de connaissance des FSC à cette production elle-même dans la réalité des FSC. Cela montre qu'un pli est bien possible qui rabat le plan des FSC sur celui de la Connaissance, comme une réciprocité, une forme de mutualisme possible de leur existence, même si cela ne prend encore que des formes peu décrites. Il est maintenant possible de faire un chemin inverse, de la Connaissance vers les FSC. Apparaîtra combien notre Economie et Société dites de la Connaissance pourraient appeler bien plus clairement les FSC dans leurs mécanismes.

III. Le chemin de la Connaissance vers une recherche dans les Foires, Salons et Congrès

La Recherche sur les FSC conduisait à reconnaître leurs liens avec des formes de production de connaissance. Il s'agit ici de partir de la Connaissance et de sa croissance à l'échelle de l'Economie et de la Société et de retrouver des correspondances avec les FSC. Ces correspondances pourront être réelles, effectives, mais elles seront très souvent virtuelles, et étonnamment inaperçues. Parce que les FSC

accompagnent la science et l'innovation historiquement, les croissances de l'une et l'autre peuvent avoir assez simplement un effet de levier sur les premiers. Et parce que la Connaissance, dans ses débordements hors du scientifique, s'articule beaucoup plus avec les champs du social et de l'expérience, les orientations vers les marchés, la vie des entreprises, les FSC devraient y gagner un autre facteur d'amplification de leur rôle aujourd'hui. Ce croisement entre Connaissance et FSC permettra de s'interroger sur les formes que pourrait prendre une recherche dans les FSC : ses extensions au-delà du champ des FSC, sa transversalité, sa pluridisciplinarité, ses manières d'être bénéfique à la Recherche et à l'Innovation elles-mêmes. Ce travail comportera deux volets : le premier sur les proliférations de la connaissance et comment elles peuvent laisser des places libres pour les FSC, le deuxième sur une première approche du périmètre possible d'une Recherche sur et dans les FSC et des apports pour la Recherche, pour les FSC et leurs acteurs respectifs.

A. Les proliférations de la connaissance

La Connaissance est un champ extensif, au-delà de la Science, et elle déborde largement sur les domaines économiques et sociaux. Ces seuls débordements suffisent à croiser les FSC. Il s'agit, dans cette partie, de suivre d'abord les croissances de la Connaissance, à la fois sur ses bases scientifiques et sur ses extensions hors du scientifique. Dans un deuxième temps, les entreprises, prises elles-mêmes sous les impératifs de Connaissance, entreront en scène : comment le management de la connaissance qui s'y développe fait écho aux mécanismes des FSC ? En quoi la vie et le modèle des starts ups, dont le phénomène est majeur, croisent-ils structurellement l'activité des FSC ? Puis il sera possible de repasser à une dimension géographique plus large, aux systèmes dans lesquels évoluent les entreprises et pour lesquels les enjeux de proximité deviennent constitutifs. Enfin la croissance de la Connaissance exige des politiques publiques dont quelques traits essentiels pourront là aussi révéler la pertinence des FSC.

1. La croissance exponentielle de la connaissance et l'impératif d'innovation (le scientifique et le non scientifique)

Prendre la mesure de la croissance de la connaissance laisse plus facilement envisager combien les FSC peuvent y avoir leur place.

a. Croissance scientifique et impératif d'innovation

La croissance de la Connaissance est d'abord celle de la connaissance scientifique : explosion des quantités d'information, puissance de calcul, demandes de brevets, articles scientifiques, et d'autant plus importante au regard d'une activité de rencontres, les étudiants[1] et les chercheurs dont la population est aujourd'hui à un niveau jamais atteint dans l'histoire de l'humanité[2] (CSRT 2014, UNESCO 2015). Un phénomène crucial de cette croissance est notamment l'évolution des équilibres géographiques[3] d'implantation des centres de recherche et le modèle d'une recherche fondée non pas sur la concentration d'un individu-chercheur, mais sur la constitution d'équipes de recherche, donc de mécanismes accrus de collectifs et de réseaux. Autrement dit la Recherche est plus encore dispersée sur la planète et en même temps de plus en plus une société : autant de raisons pour créer des zones transitoires de rencontres scientifiques sur les territoires porteurs d'excellence scientifique, un motif aussi pour considérer la dispersion des FSC comme une des clefs de leur rôle et de leur efficace.

Cette évolution de la Recherche est fortement corrélée à un « impératif d'innovation » (FORAY 2009) et renforce une continuité science-innovation[4]. L'ensemble de l'économie semble y obéir, au premier chef, les entreprises, qu'elles soient ou pas par nature positionnées sur des technologies à fort niveau d'innovation (FORAY 2009). Les salons, fonctionnellement outils d'exposition de l'innovation, eux-mêmes duplicables dans les nouvelles zones géographiques émergentes, ne peuvent que profiter et s'intégrer dans le process d'innovation des entreprises qui deviennent donc toutes soumises au devoir d'innover.

Cette accélération du scientifique et de l'innovation vient se doubler d'une articulation avec les champs non-scientifiques, eux-mêmes intégrés de plus en plus

[1] Quasi doublement du nombre d'étudiants en 2000 et 2015 (de 100 à 180millions) (CSRT 2014)

[2] 7,8 millions en 2013, en progression de 21 % par rapport à 2007, soit 0,1% de la population mondiale (UNESCO 2015).

[3] Rapport du CSRT, p.40 : une nouvelle géographie de la recherche

[4] Nous ne jugeons pas cette continuité et tous les débats qu'ils peuvent soulever sur le rôle de la science et de la recherche face aux exigences d'application. Il n'est d'ailleurs pas exclu que les FSC puissent être à la fois des leviers de relations recherche-innovation, mais aussi des leviers de création de nouvelles relations science-société, principalement aujourd'hui au regard du nouveau régime climatique (STENGERS 2019, LATOUR 2015). Cela pourrait être aujourd'hui l'objet de travaux utiles dans la profession même des FSC et pour la recherche elle-même.

aujourd'hui comme terrain d'une autre recherche construite sur d'autres types de savoirs.

b. Extension de la Connaissance au-delà de la Science

Par rapport aux temps industriels du progrès scientifique et technique, l'Economie et la Société de la Connaissance changent la donne en ouvrant les horizons des savoirs, de leurs pratiques et de leurs applications à l'ensemble du champ social, avec l'implication des populations les plus nombreuses, au-delà de acteurs spécifiques dédiés à la Recherche et à l'Innovation dans les laboratoires publics ou privés.

Et en élargissant ainsi les savoirs possibles et les cas d'apprentissage, cette société apprenante consacrera une partie décisive à l'expérience, au-delà bien sûr des expérimentations en laboratoires. L'ensemble des expériences sociales et économiques deviennent des bases structurelles et valorisées de productions de savoir. « Learning is the product of experience » (ARROW 1962). Notre vie, qu'elle soit individuelle ou collective, devient un laboratoire. Ce sont autant de possibilités dans lesquelles les FSC peuvent être opératoires et contributeurs de cette Connaissance. Les FSC ont déjà là leur simple place comme concentré, intensité de vies, dans l'ordre des laboratoires possibles.

Mais ils peuvent aussi tenir des rôles plus construits, moins spontanés, en relation avec les différents secteurs du nouveau spectre large de la Connaissance. Comptons parmi eux leurs rôles dans :

- L'autonomie croissance de l'innovation et de sa production comme barycentre essentiel de notre société. L'innovation est capable de s'autonomiser par rapport à la recherche elle-même. Un ensemble de politiques auront pour objet les modes d'existence et de réussite de milieux d'innovation (que constituent en partie les FSC) ;

- L'ensemble des productions de savoirs non-scientifiques, qu'elles soient fondées sur des mécanismes de développement de la créativité ou d'intégration des Connaissances tacites (POLANYI 1966 ; NONAKA et TAKEUCHI

1995) [1] (même si celles-ci font partie aussi du process de découvertes scientifiques), en relation principalement avec les entreprises (participantes majeures des salons).

- La prise en compte, de plus en plus importante, de l'analyse des conditions de production des savoirs et de l'innovation, sur les terrains de l'Economie et de la Géographie, de la Sociologie, de la Psychologie ou du Management d'entreprise. Les conditions matérielles, sociales, les dimensions humaines et personnelles, deviennent des segments importants dans l'analyse du processus de la Connaissance, de sa production et de sa reproduction (transmission).

Les FSC, dans leur rôle de fabriques scientifiques, opéraient déjà comme mécaniques « hors-science », comme milieux non-scientifiques qui conditionnaient le scientifique. Aujourd'hui, avec l'extension de la connaissance, ce milieu non-scientifique lui-même est investi plus clairement comme lieu même d'une connaissance possible. Les FSC ont fonctionné avec la science comme micro-société de la connaissance sans le dire : ce qui permettait de « faire connaissance » pour produire du scientifique. La société rattrape ce geste. L'air de famille entre le FSC et l'Economie et la Société de la Connaissance ne pourra qu'être plus marquant quand nous aurons détaillé combien cette logique de la Connaissance large concerne de manière profonde l'évolution des entreprises, principaux clients des Foires et Salons, et en partie des Congrès.

2. L'entrée en scène de la vie et de la vitalité des entreprises.

Les entreprises et leurs populations, grandes clientèles des salons et une part de celles des congrès doivent devenir de plus en plus des structures apprenantes. Cette production de savoir valorisée aujourd'hui en dehors de la sphère scientifique et des investissements croissants des entreprises en R&D (qui ont aussi bien lieu) appartient aussi à leur capital et à leur ressource. C'est le grand volet de la connaissance tacite

[1] La notion de « connaissance tacite » fut d'abord formulée sur le terrain de la recherche scientifique[1] par Michael POLANYI comme condition de la découverte scientifique et de l'avancée des sciences, mais elle a investi l'ensemble du champ de l'analyse de la production de savoirs et d'innovation dans les entreprises, jusqu'à l'apparition de l'idée de « Knowledge management » (KM) appliquée à la gestion d'entreprise (Par exemple les professeurs et chercheurs en management, NONAKA et TAKEUCHI, références en ce domaine, voir partie suivante sur l'entrée en scène des entreprises et le suivi des travaux de NONAKA et TAKEUCHI sur le KM).

et de son exploitation pour atteindre de plus hauts niveaux de performance innovante. Parallèlement, notre économie de la connaissance est très largement caractérisée par la diffusion accélérée du modèle start ups, dont les plus grands représentants, les GAFA et confrères NATU ou BATX, ont totalement renversé les échelles de l'économie et de la culture d'entreprise (BABINET 2016)[1]. Nous nous retrouvons donc avec deux nouveaux enjeux du processus innovant des entreprises : la prise en compte de son capital de connaissance tacite et ce qu'il peut en advenir pour le développement de l'innovation, et le modèle de l'entreprise innovante au potentiel de démesure des start ups. Cela ne donnent-ils pas deux nouveaux arguments en faveur d'une attention plus soutenue au rôle des FSC ?

a. 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 1970 et une forte croissance depuis les années 1990 (NONAKA et TAKEUCHI 1995, PRAX 2005, WILSON 2002). Produire de la connaissance est à la base des capacités de création et d'innovation de l'entreprise (NONAKA et alii 2000). L'importance donnée aux dimensions humaines de la production de la connaissance et aux interactions, notamment en face-à-face laisserait augurer une place de choix laissée aux Foires, Salons et Congrès. Le KM lui-même en tant que pratique d'entreprise et nouvelle discipline de gestion fait l'objet de nombreux colloques et congrès (ANTOINE et BUM 2014). Il suffit de suivre les deux schémas de références du KM qui pourrait inviter à une plus claire articulation de ce dernier avec les FSC : le SECI process et le « Ba » (NONAKA et alii 2000)[2].

Le SECI est l'acronyme des quatre phases du process d'explicitation et d'exploitation de la connaissance : Socialisation, Externalisation, Combination, Internalisation. Chacune de ces étapes ne peut se réaliser que par des partages d'expérience et du

[1] 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 Baudi, Alibaba, Tencent et Xiamo.

[2] 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.

compagnonnage, des dialogues, des métaphorisations des langages, des démonstrations, des réunions à l'échelle interindividuelle ou collective. Il ne faut donc qu'un pas pour y articuler les FSC. 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 ». Ses attributs sont trop visiblement communs avec ceux des FSC. Le « ba » est un milieu qualitatif qui donne de l'énergie aux participants ; il est avant tout un bloc d'espace-temps ; 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 peuvent changer dans l'instant ; ce milieu « ba » est valable à l'échelle interne de l'entreprise, mais il peut s'étendre au marché lui-même. Les correspondances continuent : redondance de l'information (les FSC sont répétitifs), diversité des contenus, confiance…La description de cette plateforme « ba » pourrait donc, par de très nombreux égards, s'appliquer aux Foires, Salons et Congrès. Et pourtant ils ne seront jamais cités[1].

b. Les start ups

La vie des start ups est largement rythmée par les événements qui sont autant d'occasions d'existence ponctuelles et intenses et qui appartiennent à leur cycle de vie[2]. Et du côté de chaque filière, il est peu de salon qui n'ait pas son « village de start ups » ou son offre dédiée[3].

[1] 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 encastrements de l'économique dans le social.

[2] Outre les Meet ups, les Demodays, les événements spécifiques des organismes investisseurs et d'accompagnement, ou des pépinières et autres incubateurs, il faut compter un nombre croissant de grands salons et évènements (Consumer Electronic Show à Las Vegas, dit le CES, l'IFA, le Web Summit (Lisbonne), le SLUSH (Helsinki), le Nordic Business Forum (Helsinki, Stockholm, Oslo, le SXSW ou le DMEXCO (Cologne).

[3] Certains salons, à forte consonance technologiques, auront naturellement cette inclusion des start ups, par exemple le Mobile World Congress ou le Salon de l'Aéronautique et de l'Espace (SIAE) (qui a son « Paris Air Lab » avec notamment 100 « startups pitchs »). Mais il est difficile de trouver un salon qui s'en prive.

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 sociologues (GROSSETTI et ali, 2016) 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 starts ups et de leurs créateurs. Il est tout à fait possible d'imaginer des voisinages structurels entre les start ups et les événements.

Une étude menée par nos soins en 2017 auprès de 20 start uppers [1] permet les conclusions suivantes :

- La culture des starts 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'Evénement 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 : les rencontres, la constitution de réseaux et l'entrée dans les écosystèmes des filières. La fonction psychologique et énergisante d'un salon est très importante et réelle.

[1] 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 …Entretiens face-à-face, 1h.

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

Que cela soit à l'échelle des entreprises en général ou à l'échelle des start-ups, sortes d'incarnation de l'entreprise-événement, l'entreprise-rencontre, il s'agit pour une bonne part d'accroître la performance d'innovation des entreprises en intervenant dans le processus même de production de la connaissance. Celui-là est 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. Or qu'est-ce qu'une manifestation sinon la possibilité d'un tel système ? En suivant cette ligne se rencontrent aussi les échos qui peuvent se faire entre la territorialisation de l'innovation et la recherche des économistes et sociologues sur les proximités et les réseaux. D'une part, apparaît la multiplication depuis une trentaine d'années des organisations de localisation de système d'innovation sous forme de pôles de compétitivité, de clusters, de vallées d'innovation comme la Silicon Valley, de rassemblement d'acteurs et organismes (entreprises, centres de recherches, pouvoirs publics, voire grand public des marchés finaux de consommation). Et d'autre part économistes et sociologues conduisent des déplacements critiques vers les proximités géographiques temporaires (TORRE 2006) ou une sociologie qui a tâché d'analyser l'efficacité des médiations d'innovations dans les relations science-industrie par mécanismes d'encastrement des activités d'innovation dans les réseaux sociaux (exemple : GROSSETTI et BES 2003). Les FSC deviennent bien des localisations spatiales, mais ponctuelles, fonctionnant bien sur les leviers des transmissions de connaissance par le face-à-face, mais dans les limites de leur réelle utilité, et renforçant la consolidation ou la naissance de réseaux d'où peut naître la confiance et les collaborations, y compris d'ailleurs pour des communautés du digital (voir TORRE 2006 et l'exemple de la communauté LINUX).

Au fond, nous le savons aussi plus simplement, les acteurs des clusters se demandent eux-mêmes après quelques temps d'existence, quel événement ou salon ils pourraient organiser.

Il manque seulement aujourd'hui la lecture qui placerait les FSC, et plus largement les événements, dans leur rôle structurant de cette Economie et cette Société de la

Connaissance. Alors ils apparaîtraient clairement dans les politiques publiques sur les stratégies de la connaissance.

3. Les nécessités stratégiques, politiques de la connaissance

En prenant une vue plus large, cette société de la connaissance est avant tout celle d'un monde complexe (MORIN 2000)? Vivre dans le complexe ne se résout pas en faisant simple, il faut apprendre à vivre dans le multidimensionnel, l'hétérogène. Que cela soit sur les enjeux de la Recherche, de l'Enseignement ou de la Culture scientifique, le temps est aux échanges et aux partages, à la socialisation et au collectif, aux traversées interdisciplinaires. Donc quel dommage que l'activité des Foires, Salons et Congrès ne soit pas assez prise en compte dans les politiques de la connaissance. Cela l'est d'autant plus que ces dernières grandissent et deviennent décisives, d'une part sous les formes de coordination de la connaissance elle-même, d'autre part sous celles des politiques générales des gouvernants qui incluent la connaissance à la fois dans les objectifs et dans les moyens pour répondre aux grands objectifs sur l'éducation, l'emploi, la santé, l'environnement[1], la compétitivité des économies, le numérique[2] …La société de la connaissance implique des mécanismes politiques construits sur la production et la transmission de la connaissance.

Cela donne des raisons de penser nécessaire et utile le renforcement des liens entre les définitions des politiques et les FSC pour :

- Répondre aux besoins de concertation et de transdisciplinarité ;

- Faciliter des mécanismes de prise de décision qui mobilisent l'ensemble hétérogène des parties prenantes ;

[1] Prenons par exemple le rapport de l'UNESCO sur la Science, vers 2030, publié en 2016, dont un des chapitres est intitulé : « La science, un élément clé de la réalisation du Programme 2030 », p.9-11, le programme 2030 étant « Le Programme de développement durable à l'horizon 2030 »

[2] Les 10 défis sociétaux de la Stratégie Nationale de la Recherche française : Gestion sobre des ressources et adaptation au changement climatique ; Une énergie propre, sûre et efficace ; Stimuler le renouveau industriel ; Santé et bien-être ; Sécurité alimentaire et défi démographique ; Mobilité et systèmes urbains durables ; Société de l'information et de la communication ; Sociétés innovantes, intégratives et adaptatives ; Une ambition spatiale pour l'Europe ; Liberté et sécurité de l'Europe, de ses citoyens et de ses résidents. http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid78733/strategie-nationale-de-recherche-dix-grands-defis-societaux.html

- Renforcer dans la Recherche les nécessités de structurer son pilotage pour impliquer les acteurs publics et privés et pour accroitre la performance du système de production de la connaissance (CSRT 2014) ;

- Favoriser les mécanismes de socialisation qui deviennent primordiaux dans le développement des sciences ;

- Intégrer les Sciences humaines et Sociales nécessaires pour faire face à la complexité des enjeux dans la recherche et l'éducation[1], donc de dispositifs sociaux, capables de faciliter les compréhensions des contextes, de construire les transversalités entre les disciplines scientifiques, entre la Recherche et les Marchés, entre la Recherche et la Société ;

- Créer des liens entre la Recherche et les Industries. Cette valorisation repose elle-même sur la capacité de croiser les milieux ressources de connaissance et de créer des transversalités ;

- Organiser des collectifs Entreprises-Recherche-Société ;

- Assurer des mécanismes de proximités géographiques et de réseaux pour développer l'innovation.

Ajoutons deux grandes caractéristiques de la Connaissance comparée à l'activité des FSC : comme elle, elle « déborde » en investissant n'importe quel champ de l'activité humaine, et, comme elle, elle est largement déterminée par l'intervention des pouvoirs publics. A la seule échelle de l'élaboration des politiques économiques, de recherche et d'innovation, des territoires, l'implication du levier de la Connaissance peut croiser celui des FSC. Enfin, relevons que les FSC constituent eux-mêmes des espaces politiques, des morceaux d'espaces et de temps de citoyenneté. Ils portent en eux-mêmes, dans les temps de la Connaissance et de sa propagation, les germes de celles-ci.

[1] Il faudra donc juste que les SHS soient aussi plus orientées vers des recherches sur les FSC.

B. La Recherche dans les FSC, toujours débordante.

La Recherche sur les FSC conduit à des enjeux de Connaissance, et la Connaissance elle-même peut appeler aux FSC. Il faut maintenant tenter de définir le périmètre d'une Recherche qui se développerait sur les FSC et dans les FSC et tracer les premières voies d'apports réciproques entre le monde professionnel des FSC et celui de la Recherche et de l'Innovation. Sera avant tout intéressante la nature ouverte de cette recherche. Elle ne peut pas se tenir sur le seul petit champ de l'activité des FSC. Ils ne peuvent constituer à eux seuls les objets de cette recherche. Ce sera une recherche à la fois sur les FSC, mais surtout dans les FSC, comme il faut être dans un véhicule pour parcourir les plus grandes distances dehors. La Recherche dans les FSC pourra toujours être débordante, investir n'importe quel champ. Elle ne sera pas restreinte. Si elle est aujourd'hui si menue, c'est plus en raison de l'insuffisante reconnaissance de ses potentialités qu'en raison des limites de ses applications. C'est pour cela que l'enjeu est grand : les niveaux de recherche sont multiples. Cette recherche ne peut s'envisager qu'en termes de pluralité et de transdisciplinarité. Elle concerne la vie même de la Recherche en générale et constitue le terrain favorable à des bénéfices réciproques très nombreux entre l'activité de la Recherche, celle des FSC et leurs acteurs respectifs.

1. Approche d'une recherche scientifique dans les FSC

La Recherche scientifique dans les FSC ne se limite pas aux seuls objets des FSC. Elle est multifacette, mobile. Les FSC sont autant objets que véhicules. Dans un premier temps, il s'agira de décrire les ouvertures sur différents niveaux de recherches scientifiques dans les FSC et principalement les sorties hors du champ seul des FSC. Puis, en se concentrant sur le seul échantillon d'une recherche appliquée au seul champ des FSC, il sera possible déjà de découvrir des principes de pluridisciplinarité et de transdisciplinarité. Et si la recherche dans les FSC est ainsi ouverte, ne permet-elle pas de rendre possible l'implication de l'ensemble des disciplines scientifiques ? Et au-delà du spectre disciplinaire, il semble possible de dessiner des relations des FSC avec les process de la Recherche à la fois sur les terrains de la valorisation et sur l'ensemble de la fabrique des sciences dans laquelle les FSC peuvent être rouages essentiels. La Recherche elle-même peut ainsi se parcourir « véhiculée » par les FSC.

a. Différents niveaux de recherche

Les réciprocités entre les FSC et la Recherche et les propensions de la Recherche scientifique comme des FSC à explorer et déborder toujours sur des champs tiers donnent plusieurs perspectives d'intervention de la recherche scientifique dans et avec les FSC.

Schématiquement, nous pouvons en identifier cinq :

- Recherche centrée sur les FSC. La première perspective est celle d'une Recherche d'abord centrée sur les Foires, Salons et Congrès, à l'instar des travaux en marketing ou management sur l'activité, ou d'une histoire des Foires ;

- Recherche sur des champs tiers dans lesquels les FSC peuvent avoir un rôle. Les travaux de recherche aborderont le champ de l'activité des FSC, mais cette fois-ci orientés par d'autres enjeux et dans d'autres champs (exemples : recherches en géographie économique sur le rôle des proximités dans les écosystèmes innovants, l'histoire d'une filière ou d'une discipline, ou des études sur l'urbanisme, etc.) ;

- Recherche sur des champs tiers dans lesquels les FSC servent spécifiquement de terrain d'expérience et de laboratoire. Cette perspective intègre les FSC, en utilisant notamment les qualités des FSC à la fois de fragment d'une réalité tierce (populations, filières, villes, sociétés, présence technologiques, …) et de microcosme, avec un effet de loupe sur cette réalité, sa reproduction plus facilement saisissable et observable (exemple : une allée de salon pour la rue d'une ville, des comportements de circulation, etc.) ;

- Recherche qui se valorise sur les marchés et pour laquelle les FSC sont outils de cette valorisation. Il s'agit de la Recherche qui va utiliser les FSC dans son process de valorisation : analyse des marchés, tests, prospection de partenaires industriels ;

- Recherche sur les méthodes de développement de la Recherche et de l'Innovation au travers des apprentissages acquis sur les FSC. Il s'agit de la Recherche qui s'intéresse aux process de connaissance, de la constitution des sciences, aux mécanismes d'application de la recherche, aux intersections avec les mécanismes d'innovation et à ces mécanismes eux-mêmes, au croisement aussi des questions pragmatiques de marché, de territorialisation, de levier de croissance des moyens et des équipements, de visibilité stratégique, etc…

Après avoir distingué cette série de perspectives et combien les FSC devenaient motifs à d'autres chemins, nous allons resserrer le cadre sur les recherches de la première perspective, celles concentrées sur les FSC avec ses schémas de pluridisciplinarité et de transdisciplinarité.

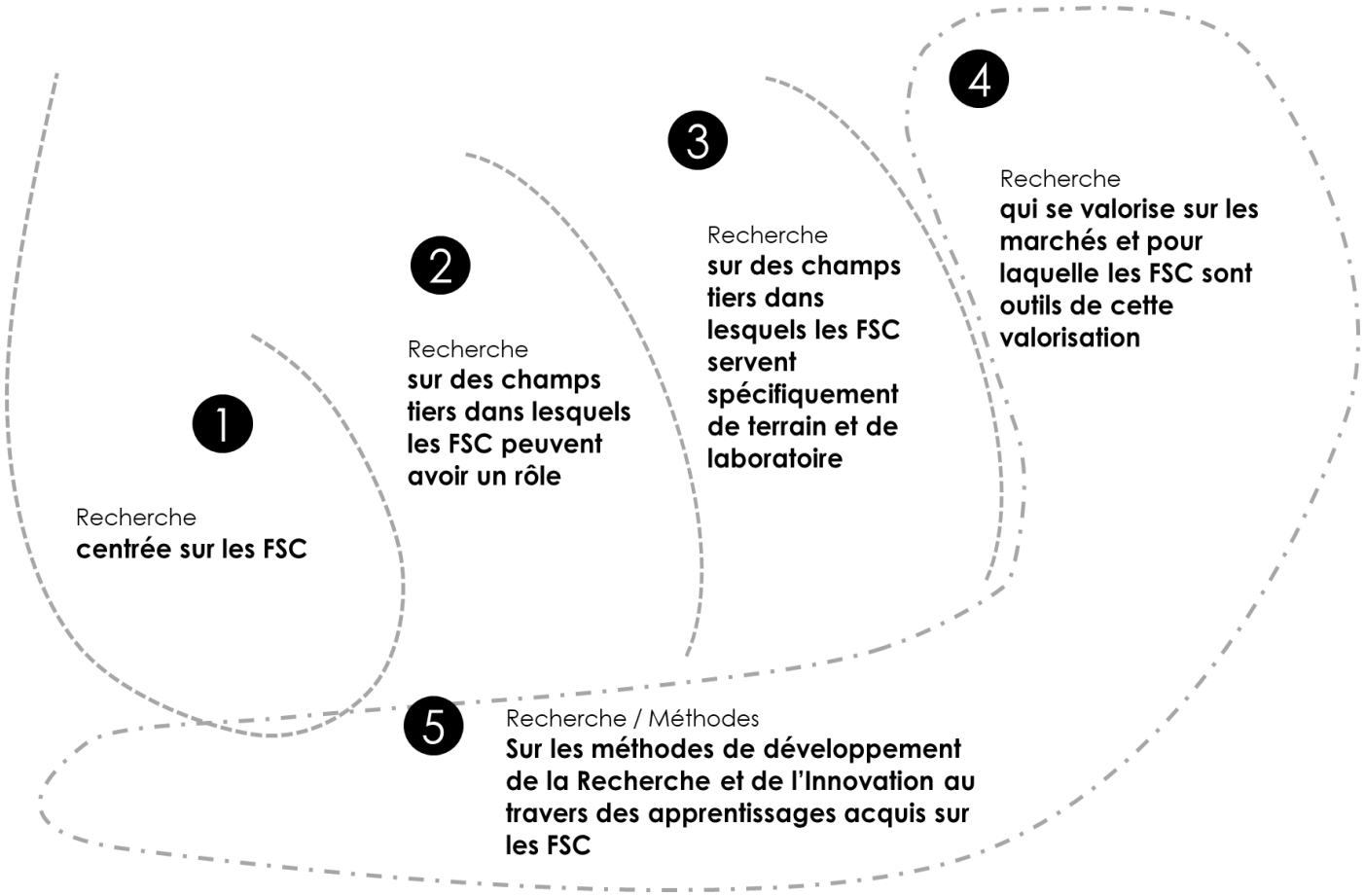

Fig. 3 – Différents niveaux de recherche dans les FSC

b. Transversalité et pluridisciplinarité des recherches sur les FSC

Les chercheurs le constate eux-mêmes (RATON 2012) : le champ de savoirs des FSC est pluridisciplinaire et transdisciplinaire, d'abord dans les sciences sociales et humaines. Le plus audacieux d'entre eux, Pierre-Albert CLEMENT, énonçait l'existence d'une science pluridisciplinaire des Foires et Marchés, la « nundinographie » (CLEMENT 1999). Mais il faut alors s'interroger s'il n'est pas vain de se lancer dans le débat d'une science définie des Foires, Salons et Congrès, car il s'est déjà posé, inachevé, dans le champ voisin du tourisme, plus installé, plus vaste, lui aussi pluridisciplinaire, sur la création d'une « Tourismologie » (DEWAILLY 2008, HOERNER 2008). Ne faut-il pas au contraire aller jusqu'au bout d'une promotion de la pluridisciplinarité d'autant plus que les formes des manifestations elles-mêmes répondent aux évolutions sociales dans ce sens (TAPIA 1980) ? Et si le mot « foire » en France n'avait pas ses consonances parfois péjoratives et sans sérieux, il serait possible de franchir un pas et d'imaginer traduire la pluridisciplinarité et la transdisciplinarité scientifiques par « foire des sciences ». La science et la recherche ne seraient peut-être pas si rétives à l'heure des archives ouvertes, de l'open innovation ou des transferts technologiques à pousser sous le soleil fiéristique.

c. L'implication de l'ensemble des disciplines scientifiques.

En raison de l'existence quasi ubiquitaire des FSC dans tous les champs d'activité humaine (recherche, mondes et territoires), rien n'empêche d'imaginer que l'ensemble de la Recherche, sur chacun de ses domaines (FRASCATI MANUAL 2015) puissent être impliqué par une recherche dans les FSC : Sciences naturelles, Sciences de l'ingénieur et technologiques, Sciences médicales et sanitaires, Sciences agricoles et vétérinaires, Sciences sociales, Humanités et Arts. Très schématiquement et à titre illustratif, les Sciences Humaines et Sociales sont sans doute, à première vue, plus enclines à développer des travaux, les FSC eux-mêmes phénomènes humains, sociaux, géographiques et politiques. Les sciences de l'ingénieur et technologiques elles-mêmes peuvent profiter des opportunités offertes par les bâtiments, les technologies et les infrastructures des FSC et les croisements avec les technologies de tous secteurs qui sont « exposées ». Les sciences médicales auront des pistes possibles et parfois explorées sur les enjeux d'épidémiologie et sanitaires (les FSC comme lieux

publics)[1]. Peut-être est-il possible de se servir des FSC pour des applications de mathématiques statistiques ou des mises en place de dispositif de sciences informatiques. Il existe bien des manifestations sur le e-sport qui réunissent des milliers de joueurs avec leur ordinateur, il est donc possible d'imaginer des dispositifs valables pour la recherche[2]. Chacune de ces implications des FSC pour des résolutions des problèmes scientifiques propres à chaque domaine de recherche peut conduire à enrichir les recherches sur les FSC elle-même. Et vice-versa. Tout un travail d'analyse des croisements et de fertilités, encouragés par les dispositifs FSC, reste à faire.

d. De la valorisation de la recherche aux méthodes de recherche et d'innovation

La valorisation de la recherche vient largement légitimer l'usage opérationnel des FSC au bénéfice de la recherche. Elle facilite les orientations de recherche scientifique sur les marchés, les filières et les territoires, pour lesquels les FSC peuvent être terrains d'expérimentation. Elle rend visible le rôle des FSC comme mécanisme de management de la connaissance et de création de mécanismes d'innovation. Les faits confirment bien l'usage des FSC avec des investissements, notamment par les SATT (Sociétés d'Accélération du Transfert de Technologies) ou les autres organismes de valorisation de la recherche dans les universités et les instituts de recherche, pour l'organisation ou la participation à des salons (par exemple le CES de Las Vegas[3]), congrès ou conventions (Congrès du Réseau C.U.R.I.E, les Rendez-Vous Carnot, Les

[1] Cela prend une résonance particulière alors que nous finissons de rédiger cette thèse pendant la pandémie COVID-19. Mieux connaître le rôle des FSC dans la propagation des épidémies devient stratégique. Une des discussions-clefs de relance de l'activité des Foires et Salons en Allemagne en mai, de manière anticipée par rapport à d'autres évènements, a été l'action des professionnels auprès des politiques et des autorités sanitaires de leur pays pour faire entendre que les foires et salons n'étaient pas des rassemblements de masse (type fête de la bière), autrement dit que les mouvements et les rassemblements de population n'étaient pas les mêmes. Cela est aussi intéressant dans un autre contexte, celui sémantique et fonctionnel d'usage du mot « évènement » qui lisse les différences entre types d'évènements et les appréciations des phénomènes de relations interpersonnels et de masse qui s'y déroulent. Les différences entre les types d'évènements comptent bien pour comprendre les enjeux. (UFI 2020). Un commentaire du directeur de l'UFI, Kai HATTENDORFER, sur LinkedIn « Yes: Exhibitions are no beer festivals. This distinction has convinced the German government to allow trade show to run again, given appropriate H&S regulations."

[2] https://www.lemonde.fr/sciences/article/2014/03/03/les-joueurs-aux-manettes_4376744_1650684.html
https://leblob.fr/archives/fold-it-le-jeu-au-secours-des-scientifiques

[3] LA SATT Aquitaine Science Transfert organise des participations au CES ast-innovations.com/atelier-ces-2015-las-vegas/

Rendez-vous VALO, Innovatives SHS [1] …). Certaines SATT recommandent la participation à des salons plutôt que l'achat d'études de marché[2].

Se laisse bien voir, par le biais de la valorisation de la recherche, tout le pan des recherches sur les modes de production de la recherche et sur les processus d'innovation. Il se tient aussi à la limite de la recherche scientifique, plus exactement à la jointure entre le scientifique et le non-scientifique, du côté de l'ensemble des pratiques et de savoirs, en partie tacites, dans les Mondes et les Territoires, plus globalement dans la Société.

A partir du moment où les FSC rentrent dans le champ réflexif de la Recherche et de l'Innovation, une bascule dans une nouvelle ère est possible : les FSC vont devenir levier reconnu des politiques de Recherche et d'Innovation et les réciprocités entre le monde de la Recherche et celui des FSC peuvent devenir visibles.

2. Les apports réciproques des travaux de recherche aux acteurs impliqués des FSC et de la Recherche

La distance aujourd'hui est telle entre la Recherche et les professionnels, les travaux existants sont si peu intégrés : il devient décisif de voir les possibles qui se manquent et peuvent se manquer. Il s'agit d'approcher de l'action, du pragmatisme d'une Recherche et Innovation. Cela passe par l'analyse des bénéfices réciproques pour les activités et les acteurs de la recherche et pour ceux des FSC.

a. Qu'apportent les travaux scientifiques à l'activité des FSC et à ses acteurs ?

Pour décrire schématiquement les apports possibles des travaux scientifiques à l'activité des FSC et à ses acteurs, il peut être pratique de distinguer trois ensembles (voir figure) :

[1] http://innovatives.cnrs.fr/

[2] Entretien avec le DGA d'une SATT (Structure d'Accélération de Transfert Technologique)

- Un tronc central des effets directs en termes de production de savoir, de levier d'innovation, de construction de l'offre (contenus et communicaton), de développement d'affaires et de gouvernance ;

- Un premier groupe d'effets latéraux des structurations de la filière (meilleure « connaissance de soi » de la filière et développement de la formation professionnalisante) ;

- Un deuxième groupe de mise en relation avec la recherche et les écosystèmes innovants (nouveaux d'échanges entre les professionnels et les acteurs de la recherche et des écosystèmes innovants, création d'une large culture de recherche et d'innovation dans la filière FSC).

Si la recherche devient ainsi un FAIT de la filière, alors l'impact pourra se propager sur le tronc central décrit et les deux ensembles latéraux et provoquer un cercle vertueux de culture et de stratégie de Recherche et d'Innovation. Il faut maintenant faire le même exercice au bénéfice de la Recherche.

Fig 4. Apport des travaux scientifiques pour les FSC

b. Que peut apporter la multiplication des travaux de recherches sur les FSC à la recherche elle-même ?

Le plus important dans ce schéma est cette fois-ci non pas la valeur apportée à la connaissance, elle est inhérente à la Recherche, mais l'intégration plus solide, au-delà de la connaissance, de toutes les ouvertures sur l'innovation, les marchés, la société. Nous pouvons encore construire le schéma en trois grands ensembles :

- Un tronc central, là encore en termes de production de savoirs, de création d'offre (avant tout en rapport avec la valorisation), de développement d'affaires (communication, partenariat) et de pilotage ;

- Un premier groupe d'effets latéraux sur la place de la recherche dans la société et les renforcements de ses débouchés dans l'enseignement des FSC ;

- Un deuxième groupe d'effets latéraux sur les échanges possibles avec les professionnels des FSC, les marchés et les écosystèmes innovants, enfin avec la société dans son ensemble.

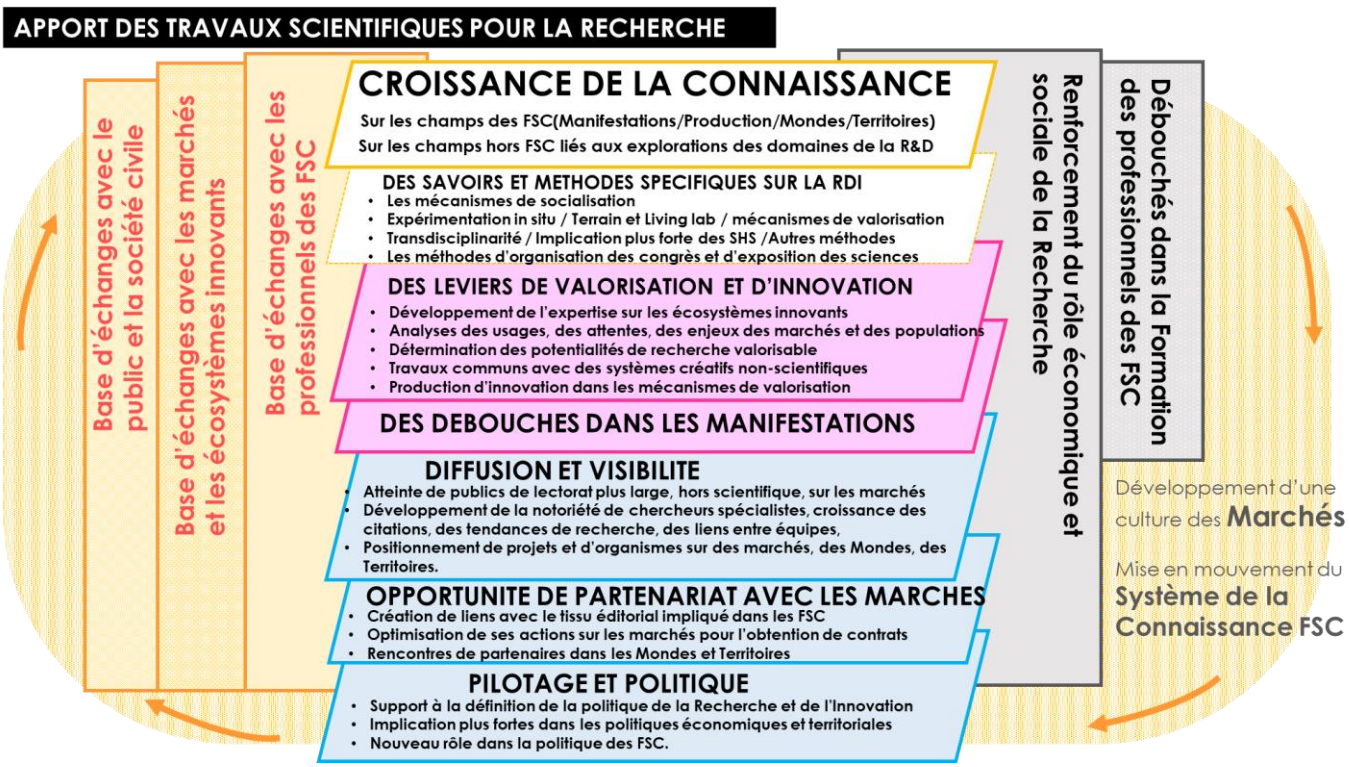

Fig 5. Apport des travaux scientifiques pour la Recherche

L'ensemble des apports, dans les trois ensembles décrits ci-dessus, alimente le mouvement général de création d'un système de la connaissance des FSC, qui implique de multiples jeux et réciprocités entre le non-scientifique et le scientifique. Que les apports des travaux conduisent toujours au-delà des savoirs et de la croissance de la Connaissance, vers une pragmatique et une socialisation, est essentiel. Cela conditionne la production même des savoirs qui repose en partie sur l'engagement des uns et des autres, chercheurs, comme professionnels du monde économique, pour leurs propres intérêts d'existence et de stratégies.

Le calcul n'est pas naïf, les FSC peuvent bien tenir un rôle polyvalent au cœur des enjeux de la Recherche, de production de Connaissance, de création de conditions favorables à la vie des Chercheurs et à leurs activités, aux orientations fortes de la Recherche vers la Société. Et vice-versa, la Recherche dans les FSC n'est pas le seul rêve d'un peu plus de théorie. C'est un choix très concret de développement de l'activité des FSC dans leurs productions, dans leurs développements commerciaux, dans la structuration de leur filière. Il existe un effet de miroir entre les FSC et la Recherche, un cercle vertueux, profitable aux deux mondes.

C. Conclusion

L'enseignement le plus important ici est de saisir combien la Recherche sur les FSC est plus profondément une Recherche qui peut se servir des FSC et de l'ensemble de son activité pour assurer sa propre croissance et cela dans un monde qui place la Connaissance, sous ses formes scientifiques et non-scientifiques, dans les leviers structurels des évolutions sociales et économiques. Les FSC sont des machines possibles de Connaissance avec une propension à pouvoir circuler loin dans l'ensemble des mondes et des territoires. Rien ne sert de vouloir s'enfermer dans le désir de créer une science dédiée aux FSC, c'est un monde très petit. Peuvent s'y gagner sûrement quelques avantages à une formalisation et théorisation utiles à la croissance des expertises professionnelles, mais l'enjeu est bien au-delà. Comment les FSC peuvent servir le développement de la Recherche et comment, en suivant ce chemin, les FSC arriveront eux-mêmes à leur propre transformation, finalement non pas tant par leur formalisation, que par leur propension à servir les explorations de la Recherche et le renforcement de ses moyens ?

IV. Conclusion de la partie II

Les recherches sur les FSC sont rares, mais elles conduisent à identifier leurs fonctions de Connaissance. Le développement de la Connaissance pourrait facilement impliquer plus encore l'usage des FSC. Les voisinages et les porosités entre FSC et Connaissance sont nombreux. Rien ne dit pour l'instant pourquoi elles sont si peu exploitées, mais les possibles sont là. Pour l'instant les bases de la réflexion restaient la littérature, la partie suivante s'intéressera aux femmes, aux hommes et à leur désir. Une Recherche et Innovation dans les FSC ne peut être qu'ouverte, pluridimensionnelle, sans restriction. Autant d'horizons, autant de potentiels ne se laissent pas facilement embrasser par le regard. Peut-être est-ce là l'une des raisons du faible investissement des professionnels des FSC dans une Recherche et des Chercheurs dans les FSC : trop large et aujourd'hui avec des premiers éléments trop parsemés. Peut-être aussi cela indique-t-il par quelles voies il va peut-être falloir passer, non pas par celle d'un haut point de vue synthétique, mais par des vues multiples disséminées, qui chacune pourra tenir sous sa lumière un bout de possible. Au cœur des recherches sur les FSC sont déjà identifiées leurs puissances de rapprochements sociaux et géographiques au bénéfice d'une production de Connaissance. Les professionnels pourraient déjà se le dire, et se le disent souvent, et pourtant sans se le dire assez pour en faire une pierre d'angle d'une stratégie vers la Recherche. Ils ne voient pas assez quels y seraient leurs intérêts. Pourtant la simple analyse des apports réciproques possibles entre Recherche et FSC est généreuse. Les scientifiques l'écrivent encore latéralement. Ne percent pas encore assez les lignes qu'ils tracent au cœur des évènements qui les relient à ce monde. Les effets d'entraînements entre la Recherche et les FSC n'appartiennent pas encore à un savoir assez explicite pour mobiliser les attentions des uns et des autres. En quoi acteurs de la recherche et de l'innovation et acteurs des FSC désirent-ils ou pas s'investir dans une Recherche et Innovation dans les FSC. Ils pourraient y servir leurs propres intérêts, mais il semble qu'ils ne le savent pas encore.

PARTIE III. DESIR ET CREATIVITE

Le paysage de Recherche formait lignes et collines solitaires, sans à peine plus qu'un lointain regard porté par les professionnels. Le pas franchi maintenant conduit dans le monde des Foires, Salons et Congrès. Il s'agit d'interroger la distance de ce dernier à l'égard des travaux scientifiques et des chercheurs qui pourtant lui ont accordé leur attention. Car est-il possible d'envisager un quelconque avenir de Recherche et Innovation dans les FSC sans l'implication des praticiens ? Cette troisième partie est une avancée vers l'action, vers l'avenir de ce qui pourrait se construire si l'opportunité d'une Recherche et Innovation dans les FSC était saisie. Mais l'inverse est aussi vrai, les acteurs de la recherche et de l'innovation sont-ils prêts, aux aussi, à s'investir dans le champ des FSC. Pour le moment ils restent éparpillés, isolés, à la limite d'un geste aventureux (aussi explorateur qu'hasardeux) : aucune ruée vers l'or des FSC dans le monde de la Recherche. Il faudra donc s'inquiéter auprès des uns comme auprès des autres sur leur désir de s'investir dans une Recherche et Innovation.

Mais l'avenir se prépare aussi d'une autre manière. Il n'est pas possible de construire des ponts ou d'emprunter plus assidûment ceux déjà présents, entre la Recherche et les FSC, sans reconnaître les propres forces de recherche et d'innovation de la profession des FSC. Faut-il croire, en effet, que rien ne se passe dans le monde des FSC : certes pas de Recherche et Innovation instituée, pas de grand discours sur la recherche, mais les cas ne manquent pas d'exercices de l'imagination, d'explorations techniques et conceptuelles, de défis, de problèmes, de choix qui demandent leurs savoirs et leurs trouvailles. Qu'en est-il des mécanismes de créativité dans l'activité des FSC, de toutes ses lignes de recherche et de nouvelles solutions construites par les prestataires de services, les organisateurs, les gestionnaires de sites et plus largement l'ensemble des acteurs impliqués ? Ce serait se mettre en position de seule attente que d'envisager de nouveaux liens entre la Recherche et l'activité des FSC en

oubliant cette autre recherche et innovation qui se terre dans les savoir-faire et les pratiques quotidiennes, la réalisation des prestations et des évènements, la fabrication des conditions de l'activité des FSC. Le salut n'est pas du seul côté d'un investissement dans la Recherche. Il faut imaginer des porosités et des liens entre la recherche la plus fondamentale, les contenus les plus théoriques et la créativité moins scientifique, mais avec ses ordres et ses rigueurs, des professionnels. Ainsi ces derniers renforceront leur propre indépendance, exprimeront leur propre audace de penser et d'imaginer, plus enthousiastes de pouvoir rencontrer la Recherche, une nouvelle compagnie finalement proche. Mais les professionnels eux-mêmes savent-ils qu'ils sont créatifs, connaissent-ils leur propre richesse et leur propre puissance de chercher, d'inventer et d'innover ? Rien n'est moins sûr. Et comment se tourner vers les autres quand on s'oublie soi-même ?

Cette partie sera une enquête, construite par le moyen d'une étude menée auprès d'acteurs des FSC et de ceux de la Recherche et de l'Innovation. Dans le préambule sera décrit le dispositif de l'étude, puis les deux parties suivantes permettront de répondre à la question de savoir si acteurs des FSC et acteurs de la Recherche et de l'Innovation désirent s'investir, chacun de leur côté, dans une Recherche et Innovation dans les FSC, et de mieux comprendre la richesse de la créativité au sein de la profession des FSC. Nous aurons alors les bases concrètes pour envisager, dans le dernier moment de cette thèse, l'émergence d'une Recherche et Innovation dans les FSC.

Mais il nous faut, dans un dernier pas de l'introduction, expliquer le choix de ce mot « Désir », quand nous interrogeons les hommes et les femmes, et alors que nous savons que ce qu'ils diront ne dira jamais explicitement tout de leur désir ni même ce qu'ils désirent. Le savent-ils seulement, comme chacun d'entre nous ? Mais notre travail appelle le désir, et d'abord de deux manières qui se croisent d'une absence et d'une puissance. La première est celle que provoque l'absence de Recherche et d'Innovation. La seconde, plus heureuse, interroge ce que peut la filière des FSC aujourd'hui et combien elle est puissance, au sens de puissance de connaître et d'agir, sans pourtant en mesurer toute l'ampleur.

Notre étonnement initial devant l'absence de recherche et d'innovation fait écho à une autre absence des plus concrètes dans notre expérience professionnelle, quand

visiteurs et exposants peuvent déserter une manifestation, quand l'absence de rencontres allument les colères, et les déceptions les plus fortes. Tout repose, cette thèse et son enjeu, sur ces rencontres entre des personnes dans des manifestations, *leur présence*, autant pour les rendre plus encore possibles que pour comprendre combien elles sont elles-mêmes au cœur des enjeux de la Connaissance.

Il faut donc face à ces absences user d'un mot qui déploie au moins autant de forces. Le désir leur est un obstacle possible. Le verbe « désirer » n'a-t-il pas pour origine le latin desiderare, la privation de « sidus », l'astre ? Le désir est proche du désastre comme l'absence de rencontres l'est aussi dans les Foires, Salons et Congrès ((et l'atonie d'une manifestation sans fréquentation peut laisser « sidéré »). Seulement nous n'en restons pas au manque. Ce qui nous intéresse est ce que peuvent les Foires, Salons et Congrès aujourd'hui. Leur puissance. Et le désir qui nous intéresse est moins le regret lancinant des choses perdues ou inaccessibles que l'évaluation des forces et des énergies de cette activité des FSC. Le désir mesure alors la puissance plutôt que l'impuissance et nous préférons là le regard spinoziste plutôt que celui, au ciel, des idées insaisissables.

Ce croisement des lignes de l'absence et de la puissance laisse encore au moins deux autres lignes que les sens du désir peuvent encore facilement tracer pour notre sujet. Nous sommes dans le monde des rencontres, des corps et des chairs, des transgressions, du théâtre des hommes, des passions et des rêves. Le monde des FSC est un monde de désir, qui en vit et ne pourrait en vivre sans ses expressions, dans la plus grande diversité aussi bien d'intérêts professionnels, des jeux de l'économie, des batailles et visées de la politique, des négociations, des séductions, des imitations et des envies, des amitiés et inimitiés, de la richesse des cultures, des engagements aussi. Les vies amoureuses y ont aussi leur cours (LODGE 1948, 1988) et n'oublions pas qu'il fallait hier aller à la foire pour trouver à se marier. Il est aussi monde d'exception, de transgression. L'excès et l'irrationnel y tiennent leur rôle essentiel à la vie des sociétés. Ce ne peut donc être que quelque chose de très humain, d'en partie non maîtrisé qui pourrait demain être le désir de recherche et d'innovation dans les FSC, avec la complexité des inconscients et des machineries sociales. Nous sommes aussi, même si justement avec une conscience insuffisante, dans le monde de la connaissance. Or la connaissance est-elle bien possible sans désir, ou sans affronter les affres mêmes de ses désirs ? Et si le principal obstacle à la Recherche et Innovation dans les Foires,

Salons et Congrès n'était ni la croyance donnée aux premières impressions, ni les projections de nos biais, ni même quelques mythes, mais l'absence même de désir ?

Et sans doute pouvons-nous évoquer une des dernières raisons d'en appeler ainsi au désir pour interroger notre sujet, quand il est lui-même production de connaissance parce qu'il circule entre les hommes, parce qu'il passe d'un champ à un autre, qui rend les frontières poreuses, qu'il passe des individus au collectif, de strates locales de relations à des horizons planétaires, qu'il fait croître et grandir réseaux et ordres nouveaux, parce qu'il s'articule sur le temps et les présences, sur les choses qui arrivent. Ce désir fluide et énergétique peut être un nom à ce qui se déplacent dans les FSC et qui leur donne aussi leur puissance de production de la Connaissance. Comment saisir une opportunité par la seule raison du calcul, celle de nos têtes d'êtres finis, quand nous savons déjà que les forces des FSC est de toujours déborder vers le dehors ? Nous partons bien à la quête de ce désir qui est autant feu de départ d'une Recherche et Innovation, que process de la connaissance et raison d'être même des FSC et de leur vitalité.

Enfin, nous nous doutons qu'il ne faut pas s'emporter et faire du désir un élixir merveilleux, un grand geste sauvage, mais plutôt quelque chose qui a à voir avec des formes, des liens, des mises en série, des constructions qui peuvent réunir des éléments hétérogènes. Le désir est rencontres. Le désir n'est pas magique, il est fabriqué. Il se monte et il y faut sans doute un art de « monter », comme dans les manifestations. Le désir de développer une Recherche et Innovation existe-t-il ? Si non, il faudra le faire naître, si oui, même par bribes, comment peut-il contribuer à saisir l'opportunité d'une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès ?

I. PREAMBULE : Elaboration de l'enquête

Notre recherche doctorale est largement portée par notre expérience et nos pratiques professionnelles. Toutefois, cet empirisme personnel ne peut suffire à envisager les enjeux de notre sujet et leurs conséquences dans toute leur ampleur, ni permettre d'évaluer leur validité auprès du monde professionnel de l'événement et de celui de la Recherche. Il était donc nécessaire de conduire une étude auprès des publics concernés, la population des professionnels des Foires, Salons, Congrès et assimilés et la population des chercheurs et acteurs de la recherche et de l'innovation.

A. Le choix de l'étude qualitative

Nous avons donc choisi une méthodologie d'étude qualitative sur la base d'un recueil de données par le dispositif suivant auprès des deux grandes cibles de population :

- Entretiens face-à-face, sauf exceptions (9 sur 67) par téléphone ou par skype en raison des distances (étrangers) ou des difficultés d'emploi du temps.

- Entretiens semi-directifs, selon un guide de questions ouvertes,

- Durée : entre 60 et 90 minutes principalement

Tableau de répartition des entretiens en fonction de leur durée en minutes

Minutes	**Total**	**30**	**45**	**60**	**70**	**75**	**90**	**105**	**120**
Nbre d'entretiens	67	3	4	22	3	3	25	2	5
En %	100%	4%	6%	33%	4%	4%	37%	3%	7%

Tableau 1. Répartition des entretiens en fonction de leur durée en minutes

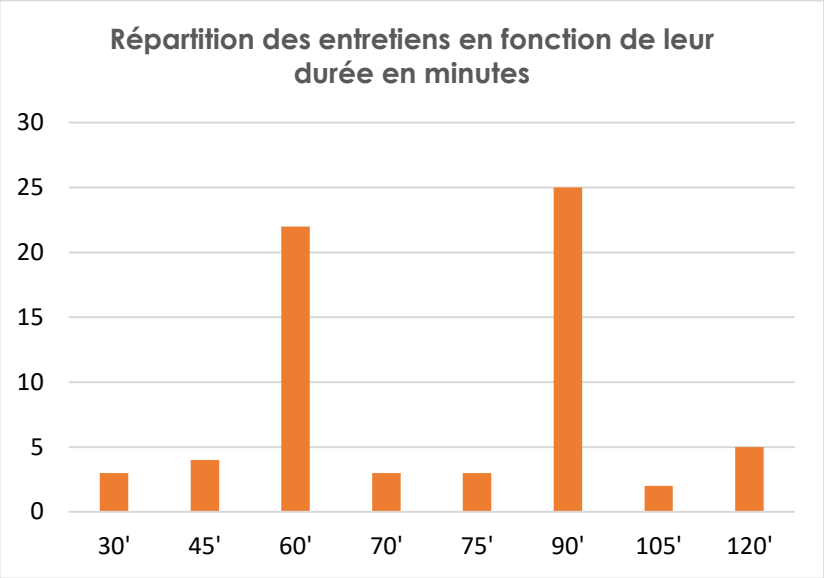

Tableau 2. Graphe de répartition des entretiens en fonction de leur durée en minutes

B. L'échantillon

L'échantillon est composé de 74 personnes réparties dans deux grands types de population :

- Une population de professionnels des Foires, Salons et Congrès et assimilés (51 personnes) : organisateurs, prestataires, gestionnaires de sites, membres d'organismes fédératifs, de collectivités et de Ministères, consultants, acteur de la presse, responsables d'écoles liées à l'évènementiel ;

- Une population de chercheurs et acteurs de la recherche et de l'innovation (23 personnes) : directeurs de laboratoires, chercheurs, secrétaire général de laboratoire, professeurs des universités, maîtres de conférence (Sociologie, Archéologie, Géographie, Economie, Tourisme, Sciences de gestion, Sciences de la communication, Architecture des systèmes (ingénierie), Acoustique, Directeurs ou Responsables de structures de valorisation ou de Culture scientifique, experts de l'innovation (Agence territoriale d'innovation, Start up)

Notre objectif d'échantillon était initialement d'une quarantaine de personnes réparties pour moitié dans chaque groupe-cible. L'opportunité du terrain et des rencontres nous ont permis d'élargir le nombre des personnes interviewées. L'écart entre le nombre de personnes interrogées (74) et le nombre d'entretiens (67) est dû à quelques entretiens menées à 2 ou 3. Le terrain a eu lieu d'avril 2014 à novembre 2017[1], principalement sur Paris, Toulouse et Bordeaux, puis dans le reste de la France et deux à l'étranger[2].

1. La population de professionnels des Foires, Salons et Congrès et assimilés.

Les personnes concernées occupent toutes des postes de direction, principalement de direction générale, de hautes fonctions dans l'administration ou des positions d'élus.

Cette population est distribuée dans différentes catégories :

a. Les 3 catégories principales de la profession :

Les organisateurs de manifestations, parmi lesquels nous distinguerons les organisateurs de salons (essentiellement des salons internationaux), les organisateurs professionnels de congrès et les organisateurs d'événements (agences),

Les gestionnaires de parcs des expositions et de centres de congrès. Tous ces gestionnaires de sites sont aussi organisateurs de foires et salons, à l'échelle régionale et/ou nationale /et/ou internationale

[1] La plupart des entretiens ont eu lieu en 2014, hormis 4 entretiens supplémentaires. Toutefois nos discussions et échanges avec la profession comme avec des chercheurs n'ont pas cessé depuis 2014, hors périmètre des formes de cette étude.

[2] Répartition géographique de l'échantillon

	TOTAL	Paris	Bordeaux	Toulouse	Nantes	La Rochelle	Angers	Nice	Strasbourg	Milan	Toronto
Nbre de personnes	74	28	19	18	2	1	2	1	1	1	1
	100%	38%	26%	24%	3%	1%	3%	1%	1%	1%	1%

Les prestataires de services. La palette est très large. Nous avons interrogé des prestataires d'installation générale (mise en place de l'ensemble des stands et espaces spécifiques des manifestations), de design de stand, d'informatique et d'audiovisuel, de tapisserie d'exposition, de communication digitale et des traiteurs.

b. Cinq catégories de population dans des instances institutionnelles

Les membres d'organismes fédératifs de la profession,

Les membres de Ministères, soit au titre de responsabilité sur le périmètre des Foires, Salons et Congrès (Direction Générale des Entreprises au sein du Ministère de l'Economie), soit au titre de fonction de coordination de grands événements politiques (secrétariat général en charge de l'organisation de la COP21 à Paris, au sein du Ministère des Affaires étrangères),

Un rédacteur d'un rapport reconnu sur la filière des Foires, Salons et Congrès, à un poste de direction du tourisme dans une collectivité territoriale,

Un membre d'un Convention Bureau (organisme de promotion et d'attractivité auprès des organisateurs d'événements, en particulier les congrès)

Un élu d'une CCI, engagé dans l'organisation d'événements,

Deux élus d'une Métropole en charge notamment du périmètre de l'activité Foires, Salons et Congrès

c. Une catégorie de consultants

Les personnes concernées ont œuvré sur le périmètre des FSC soit comme Assistant à Maîtrise d'Ouvrage dans le montage de projet d'investissement et d'exploitation de Parcs des expositions et de Centres de congrès, soit dans une étude sur les formations dans la filière, soit dans des pratiques de régies techniques et de certification des chiffres de fréquentation.

d. Une catégorie de la presse spécialisée

e. Une catégorie exposant

f. Une catégorie de responsables d'écoles impliqués sur les FSC

Ils dirigent des écoles privées avec des spécialisations sur les FSC et sur le design commercial, notamment des stands.

Cet échantillon représente 51 personnes et a donné lieu à 45 entretiens (deux entretiens ont été faits avec deux interlocuteurs et 1 avec trois interlocuteurs).

Catégories	Fonctions	Nbre de personnes	Nbre d'entretiens
1. Organisateurs		**15**	**13**
Organisateurs professionnels de congrès dont : • 4 de congrès plutôt scientifiques et 1 de congrès plutôt médicaux, • Un des leaders français et européens.	2 directeurs généraux, 1 directeur de développement commercial, 1 chargé de mission, 1 consultant	**5**	**5**
Organisateurs de foires et salons : Tous organisateurs de salons internationaux (2 au moins leaders sur leur marché), dont 4 de sociétés d'organisation parmi les leaders mondiaux, 3 de filières et 1 du secteur de la presse)	6 directeurs généraux, 1 directeur de pôle salons, 1 directeur de l'innovation, 1 commissaire général de salon,	9	7
Organisateur, agence événementielle	DG	1	1
2. Gestionnaires de sites		**9**	**8**
Dont 7 multisites (parc des expositions et centre de congrès) et 2 parcs des expositions uniquement.	1 président, 4 DG, 1 Directeur technique, 1 Directeur des Systèmes d'information (DSI), 1 Directeur de l'Innovation.		
3. Prestataires de services		**8**	**8**
Dont 2 designers de stands, 1 installateur général, 2 traiteurs, 1 tapissier, 1 prestataire informatique et audiovisuel, 1 agence de communication.	3 PDG et 5 DG		
4. Institutions		**11**	**9**
Membres de fédérations professionnels de l'évènement nationale et internationale	1 DG, 2 Directeurs 1 Dir marketing et études	3 1	2 1
Membres de Ministères (Ministère de l'économie et Ministère des Affaires étrangères)	1 Directeur de service, 1 ambassadeur	2	2
Membre de collectivité territoriale et rédacteur d'un rapport reconnu dans la profession	1 Directeur de pôle	1 1	1 1
Membre d'un Convention Bureau	1 Directeur	2	1
Elus de Métropole Elu de CCI	2 Elus 1 Elu	1	1
5. Conseils		**4**	**3**
Dont 1 d'Assistance à Maîtrise d'Ouvrage, 1 sur les études, 1 en régie technique, 1 en certification et régie technique	2 DG, 2 consultants	4	3
6. Presse spécialisée	**1 DG**	**1**	**1**
7. Exposant d'une entreprise de nautisme, leader sur son marché	**1 Directeur marketing**	**1**	**1**
8. Les responsables d'écoles privées avec des spécialisations sur les FSC		**2**	**2**
1 Directeur d'une école de Design commercial portée par une CCI	1 Directeur,	**1**	**1**
1 responsable de formation d'une école privée de gestion avec des enseignement usr le marketing de l'événement	1 responsable de formation	**1**	**1**
	TOTAL	**51**	**45**

Tableau 3. Echantillon des professionnels des FSC

La répartition géographique

	TOTAL	Paris	Bordeaux	Toulouse	Nantes	La Rochelle	Angers
Nbre de personnes	**51**	24	18	5	2	1	1
	100%	47%	35%	10%	4%	2%	2%

Tableau 4. Répartition géographique de l'échantillon des professionnels des FSC

2. La population de chercheurs et acteurs de la recherche et de l'innovation

Cette population se distribue sur 4 grandes catégories : les chercheurs et enseignants-chercheurs, les acteurs de la valorisation, les experts de l'innovation et les enseignants en marketing et design impliqués sur les FSC.

a. La catégorie des chercheurs et enseignants-chercheurs

La très grande majorité est constituée d'Enseignants-Chercheurs, à part quelques exceptions dans la seule recherche. Ils appartiennent principalement à l'Université et travaillent au sein d'Unités Mixtes de Recherche Université-CNRS, à part quelques-uns, chercheurs dans des grandes écoles.

Ils sont directeurs de laboratoires, chercheurs, secrétaire général de laboratoire, professeurs des universités, maîtres de conférence.

Les disciplines concernées sont : la sociologie, l'archéologie, la géographie, l'économie, le tourisme, les sciences de gestion, les sciences de la communication, l'architecture des systèmes (ingénierie), l'acoustique.

Hormis le fait qu'en tant que chercheurs, ils participent à des congrès comme intervenants et/ou comme organisateurs, l'ensemble des chercheurs a un lien avec le monde des FSC :

- Certains sont directement impliqués dans des productions scientifiques liés aux FSC, comme sujet essentiel de leurs recherches ou comme sujet secondaire : géographie économique, tourisme, sujet de thèses,

- Certains sont au moins attentifs au sujet des FSC en tant que recherche possible,

- Certains sont éloignés du sujet, mais se sont engagés très fortement dans l'organisation de salons autour de thèmes scientifiques.

D'une manière générale, les personnes ne sont pas rétives au monde des FSC, ce qui donnera d'autant plus de poids à leurs jugements critiques et aux distances qu'ils prendront par rapport au monde des FSC.

b. La catégorie des acteurs de la valorisation de la recherche

Ils sont directeurs ou responsable au sein de Structures d'Accélération de Transfert Technologique (SATT), de Centre de Culture Scientifique, Technique et Industrielle (CCSTI) ou consultant en communication scientifique.

Ils ont monté des projets de valorisation et de promotion dans les salons.

c. Les experts de l'innovation

Ils sont Directeur général d'Agence régionale de l'Innovation, prospectiviste et enseignant dans l'innovation, consultant en marketing de l'innovation et notamment auprès des start ups, directeur commercial d'une société d'ingénierie à fort niveau d'innovation (technologie de géolocalisation indoor).

	Catégories	Fonctions	Nbre de personnes	Nbre d'entretiens
1.	**Les chercheurs et enseignants-cherchurs**		**15**	**14**
	• 13 font des recherches en Université (UMR) et 2 en écoles, • 11 sont Enseignants-chercheurs, • 4 sont directeurs de laboratoires (Innovation, Architecture des systèmes, Acoustique, Industries culturelles),	4 directeurs de laboratoires (Innovation, Architecture des systèmes, Acoustique, Industries culturelles),	4	4
	• 5 en sociologie (dont 1 en sociologie de l'innovation), 2 en marketing et économie, 2 en	4 Professeurs des Universités, 8 Maîtres de	8	7

	tourisme (+science de gestion ou économie), 1 en géographie économique, 1 en géographie, 1 en sciences de la communication, 1 en acoustique, 1 en sciences de l'ingénieur (architecture des systèmes), 1 en archéologie, • 3 sont enseignants dans des formations sur le tourisme d'affaires, • Tous sont intéressés par le monde des FSC, d'une simple attention intellectuelle à la rédaction d'articles.	conférence, 1 enseignant en Ecole de Commerce, 1 secrétaire général de laboratoire, 1 chargé de recherche.	3	3
2.	**La catégorie des acteurs de la valorisation de la recherche**		**4**	**4**
	2 Membre d'une Société d'Accélération de Transfert Technologique (1 plutôt sur les sciences de l'ingénieur, l'autre sur les SHS)	2 Directeur, 1 responsable, 1 consultant indépendant	2	2
	1 membre d'un Centre de médiation de Culture Scientifique Technique et Industrielle		1	&
	1 consultant dans la communication scientifique		1	&
3.	**Les experts de l'innovation**		**4**	**4**
	1 Directeur général d'une Agence Régionale de Développement et d'Innovation	1 Directeur général, 2 Directeurs, 1 consultante	1	1
	1 Directeur commercial d'une société innovante dans la technologie de géolocalisation		1	1
	1 directeur d'observatoire au sein d'un centre et revue de prospective		1	1
	1 consultante en innovation		1	1
		TOTAL	**23**	**22**

Tableau 5. Echantillon des acteurs de la Recherche et de l'Innovation

La répartition géographique

	TOTAL	Toulouse	Paris	Angers	Bordeaux	Nice	Strasbourg	Milan	Toronto
Nbre de personnes	**23**	13	4	1	1	1	1	1	1
	100%	57%	17%	4%	4%	4%	4%	4%	4%

Tableau 6. Répartition géographique des entretiens avec les acteurs de la Recherche et de l'Innovation

C. Thèmes et questions-clefs

Pour organiser les guides d'entretien, nous avons déterminé les thèmes suivants :

- **Etats.** Etats des pratiques et des perceptions de la Recherche et de l'Innovation dans les Foires, Salons et Congrès,

- **Attentes.** Détermination des attentes des professionnels des Foires, Salons et Congrès et des acteurs de la recherche, les uns par rapport à la Recherche et Innovation dans leur métier, les autres par rapport aux Foires, Salons et Congrès dans leur activité de recherche, de valorisation et d'expérience,

- **Freins et leviers**. Analyse des freins et des leviers de chaque groupe de cible,

- **Avenir.** Déterminations des enjeux d'avenir et des pistes de travail pour le développement d'une Recherche et Innovation et d'une plus grande collaboration entre la recherche et l'industrie des Foires, Salons, et congrès.

Ces thèmes permettent de formuler des questions-clefs :

Sur la Recherche et l'Innovation en général et leurs croisements avec les foires, salons et congrès :

- Situation de la Recherche et de l'Innovation aujourd'hui : les enjeux, les tendances, les acteurs impliqués, notamment les relations recherche-marchés, les pratiques ;

- Image de la Recherche et de l'innovation ;

- Analyse des croisements entre la recherche, l'innovation et les foires, salons et congrès : histoire et évolution des pratiques, les enjeux de connaissance, de socialisation scientifique, de valorisation de la recherche et de transfert technologique (articulation avec les marchés et les entreprises), d'expériences, de vulgarisation scientifique et de pédagogie, de position politique des pays et des territoires, de compétitivité des entreprises et des économies ;

- L'avenir de ces croisements, notamment évaluation du rôle des FSC dans l'économie de la connaissance et le développement des sciences dans leurs champs scientifiques, économiques et politiques. Comment les FSC pourraient être plus efficaces, plus utiles ?

Sur la Recherche et l'Innovation dans les métiers et les pratiques des foires, salons et congrès

- Etat de la Recherche et de l'Innovation dans les Foires, Salons et Congrès ? Evaluation générale sur son existence et ses formes, détails des pratiques et des acteurs, notamment des collaborations recherche-entreprise, implication propre du répondant et de sa structure, exemples, images ;

- Evaluation des besoins et des attentes de Recherche et d'Innovation dans la filière : les champs, les priorités, les modes d'actions, les collaborations avec la recherche, les résultats attendus, …

- Description d'une Recherche et Innovation développée et forte au sein de la filière (idéal),

- Les freins et les leviers au développement d'une Recherche et Innovation,

- Vision de l'avenir, les pistes d'évolution (axes de Recherche et d'Innovation, projets-clefs, collaboration entreprise-recherche, géographie, …).

D. Analyse des données

Nous avons étudié l'ensemble des données obtenues pendant les entretiens, les « verbatims », selon une méthode d'analyse thématique, en séparant l'étude du premier groupe cible du deuxième. La mise en ordre de l'ensemble des données permet de construire un repérage des opinions émises et de leurs problématisations.

Les discours recueillis nous ont donné matière à étude pour les trois grands axes suivants de cette thèse :

- L'évaluation du désir de s'investir dans une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès du côté des professionnels et du côté des acteurs de la recherche et de l'innovation, et la détermination des leviers pour susciter l'engagement de chacun des groupes et leurs éventuelles collaborations,

- L'identification des différents mécanismes de créativité et d'innovation présents au sein de la profession des Foires, Salons et Congrès,

- L'identification de pistes d'innovation dans la filière FSC.

II. Existe-t-il un désir de Recherche et d'Innovation dans les Foires, Salons et Congrès ?

Sur les bases de l'étude terrain, il s'agit ici de dresser les grandes lignes des arguments pour et contre la recherche et l'innovation dans et avec les foires, salons et congrès. Cela ne rendra pas compte de tous les arguments possibles, mais de ceux qui ont déjà une part réelle d'énonciation. Ainsi un énoncé extraordinaire ne sera-t-il pas évoqué par les professionnels des foires, salons et congrès : tout simplement, le secteur de la recherche est un « marché », un des marchés existants de la profession. Or il faut au moins connaître pour convaincre. Et la recherche est fortement liée à des territoires d'implantation, ses acteurs ont de l'influence sur les zones économiques, sociales et politiques : autant d'atouts. Combien est-il étrange que le pragmatisme, le sens des affaires, l'opportunisme ne se prononcent pas, qu'ils soient ainsi oubliés ! Pour une meilleure lisibilité nous aborderons d'abord ce qui rend désirable ou freine la recherche et l'innovation dans les foires, salons et congrès aux yeux de ceux qui y font profession. Puis nous nous tournerons vers ceux qui appartiennent aux champs de la recherche et de l'innovation. Peuvent-ils désirer s'investir dans une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès ? Peuvent-ils désirer s'intéresser aux FSC dans leurs propres projets de recherche et d'innovation ?

A. Les motivations des professionnels pour se tourner ou pas vers des activités de Recherche et d'Innovation

Si l'innovation peut appartenir au vocabulaire du quotidien des professionnels des FSC, ne serait-ce qu'en écoutant son impératif exercé au sein des entreprises ou des territoires, la recherche, elle, a bien moins cours. Que la Recherche puisse être l'objet d'un désir est inattendu, bien que toujours accueillie avec la meilleure des bienveillances. Seront analysés simplement les éléments favorables puis ceux défavorables, qu'ils soient à l'échelle des marchés, de la structuration de la filière, des mécanismes économiques des entreprises, de la psychologie des femmes et des hommes.

1. Les éléments favorables

Plaçons-nous du côté des professionnels [1] des Foires, Salons et Congrès pour déterminer ce qui peut les conduire à s'orienter vers la Recherche et l'Innovation aujourd'hui. Nous ne cherchons pas à donner toutes les bonnes raisons de le faire, ni à dresser l'état des lieux des pratiques (voir chapitre suivant sur la créativité des professionnels), mais simplement d'analyser ce que les professionnels peuvent dire et penser et essayer de comprendre sur quel type de dispositif ou de schéma leur implication pourrait demain être accrue[2].

L'innovation est largement première dans l'orientation des motivations, la recherche loin derrière. Rarement, même si cela reste possible, est exprimé un désir de connaître ou de « se connaître ». Les éléments favorables le sont donc d'abord aux apports possibles de l'innovation.

a. Une prise de conscience d'un moment de bascule dans le métier et les marchés des foires, salons et congrès

Une des grandes règles de la profession, comme dans d'autres, est que tout a déjà été dit. Toutefois une prise de conscience des changements est aujourd'hui constatée plus largement. Certains datent les premiers signes à la fin des années 2000, d'autres à ces quelques dernières années, sur schématiquement deux types d'arguments majeurs : la professionnalisation de la filière et la peur face à la multiplication des risques économiques.

La filière se professionnalise. Après la phase de réussite facile, puis celle de la gestion et de la rationalisation, nous entrons dans celle de l'innovation et du changement[3] ;

[1] Il est important de signaler que quasiment l'ensemble des personnes que nous avons sollicitées, à part de rares exceptions, ont accepté de participer, c'est-à-dire se sont montré réceptives à la thématique générale de l'entretien sur la Recherche et l'Innovation.

[2] Il est important de rappeler que nous nous trouvons dans un contexte européen de marché mature, et non pas dans celui croissant de pays ou de continent émergents investisseurs engagés dans le développement d'infrastructures et de manifestations dans leurs territoires.

[3] « Une filière qui a gagné de l'argent sans comprendre comment, filière pas complétement inscrite dans une logique économique, dont l'activité est du domaine public qui va vers le commercial et l'économique (…). 1980-1995 : surf sur un développement spontané sans lien avec les enjeux industriels. Après cette période de gain, depuis 1995 jusqu'à maintenant, la filière se rend compte qu'elle s'inscrit dans une économie de marché, dont elle n'est pas issue. Donc

les besoins en valeur ajoutée croissent ; la filière se structure (la production, les destinations, les stratégies territoriales) ; de nouvelles générations de professionnels, formés, détenteurs de la culture digitale arrivent.

Les risques se multiplient. Pour chaque entreprise, il faut tenir face à ses concurrents directs, avec des risques majeurs de ne plus avoir la taille suffisante ; la complexité du marché exige plus de compétences, notamment en marketing ; les pays et continents émergents entrent sur le marché avec de fortes capacités en infrastructures modernes et de plus en plus de services ; il faut intégrer le choc du digital que cela soit en termes de technologie, de culture, de nouvelles générations et de média concurrent ; les modes de consommation, d'information, de mobilité, évoluent ; De nouveaux acteurs arrivent, notamment des nouveaux organisateurs des pays émergents sur leur propres marchés, et demain sur le marché européen, sans compter la bascule d'un certain nombre d'acteurs du digital sur le monde physique ; l'utilisation de l'événementiel croît dans l'espace public de la ville plutôt que dans les parcs des expositions ; et il faut intégrer les questions environnementales, les crises, la vitesse, la globalisation, etc…les facteurs d'incertitudes communs à tous les acteurs sociaux et économiques[1].

Toutefois l'argument plus prospectif de se préparer à l'avenir, de « prendre de l'avance », est mineur. Le temps long semble ne pas exister. Curieusement l'argument que les manifestations sont des lieux mêmes de présentation des innovations des filières[2] n'entraînent pas de perception plus intense des enjeux d'innovation pour la profession elle-même, ou de manière marginale.

b. L'opérationnel, la rentabilité

Domine un certain pragmatisme[3], un certain sens de l'action sur le court terme, plus largement un désir d'opportunité, autrement dit : qu'un projet prouve rapidement les

réflexion à venir sur comment performer et garder une place au niveau international. » (P., PDG d'une entreprise d'Installation générale et de design de stands)

[1] « R&D, chacun dans son coin, on en est aux balbutiements ; c'est extrêmement nouveau, on avait affaire à des vendeurs de m², à des aligneurs de cloisons, puis arrive 2008 » (F. PDG, agence de design de stands)

[2] « Un salon est la mise en place de l'innovation. Si c'est pour répéter l'année précédente, cela ne sert à rien. » H. ex-Directeur technique de sites évènementiels

[3] « Les gens qui font ça sont tournés vers la seule urgence, pas de stratégie, « vous êtes des yes men », on y va, on ne sait pas pourquoi, industrie du DO, c'est une force », L. Directeur de l'Innovation d'un grand acteur de l'évènementiel

résultats opérationnels qu'il offre ; plus directement, qu'il prouve sa rentabilité financière sans attendre[1]. Ce désir de la performance opérationnelle et financière peut parfois alimenter la prise de conscience précédemment évoquée, au moins sous la forme de la perte de gain possible à ne rien changer, mais il reste encore plus souvent satisfait par les équilibres et les schémas habituels.

c. La passion

Autant le dire brièvement, l'un des moteurs majeurs de l'investissement dans la Recherche et l'Innovation est et sera du côté de la passion des acteurs de la profession[2]. Il aura donc une part émotionnelle et affective forte. Cela signifie que la rationalité seule ne peut suffire à cette aventure, ni les règles d'une saine gestion d'entreprise. Il faudra du rêve et du désir.

d. Small is beautiful et le goût d'entreprendre

Les professionnels se replacent à l'échelle de leurs petites entreprises. La Recherche et l'Innovation sont alors possibles, mais sous une autre forme et d'autres manières : la créativité des artisans [3], la reconnaissance de l'adaptation permanente du saltimbanque [4] (toutes les expériences et l'imprévisible réel auxquels ce métier confronte) ; le rôle innovant des PME prestataires comme importatrices de nouvelles technologies (Il sera toujours important de reconnaître la fonction majeure de l'entreprise dans le process et les atouts que son inclusion directement dans les marchés lui donne pour trouver la bonne application). Le goût d'entreprendre est

[1] « Si on vend un médicament, il faut l'inventer par rapport à une maladie, la RDI est une condition préalable. Dans les salons, on claque des doigts et le business arrive. Les salons sont souvent la résultante d'agents commerciaux opportunistes qui décident par démarche empirique de faire un salon, ou des filières professionnelles. » (R. DG organisateur de salons et ex-DG du pôle organisation de salons d'un grand groupe évènementiel)

[2] « Trouver des gens qui ont envie d'APPRENDRE, avoir envie d'APPRENDRE et d'ENSEIGNER. Une passion de travailler, de réfléchir, de créer avec ses mains. » (F. PDG d'une entreprise de prestation)

[3] « Nous, on est créatif dans un métier d'artisan, sinon on est mort. On a encore cette notion de qualité, comme des joailliers. » (S. DG, Traiteur) ; « Mon approche, on fait beaucoup d'assemblage d'idées, (…) comment sur un sujet décliner plusieurs histoires, pour toucher plusieurs publics. Je ne crois pas aux recettes, mais à la création, à la créativité. » (F., Directeur d'agence évènementielle)

[4] « (…) Je suis au service d'une entreprise, j'ai une pression terrible, je suis un saltimbanque, mais mine de rien, nous sommes dans la culture de l'innovation permanente. » (G.DG, organisateur d'un salon industriel international leader mondial)

moteur et les PME sont prêtes à être des réceptacles d'expériences et de collaboration avec la recherche.

e. Personnages chercheurs et innovants, les précurseurs au sein de la filière

Dans un monde atomisé, avec une forte personnalisation des relations, il ne faut pas oublier que la mobilisation peut aussi être l'affaire d'individualités, de quelques-uns qui, par culture, par caractère, par vitalité, par vision, s'emparent du sujet, et décident d'entraîner avec eux leur entreprise ou leurs réseaux. Ce levier n'est absolument pas négligeable ou annexe, il peut être le cœur du dispositif de développement d'une culture de recherche et d'innovation dans la filière.

f. Méthode ouverte et collective, disparition des frontières, cluster

L'ouverture à la recherche et à l'innovation se traduit aussi par des pratiques et des désirs de nouvelles méthodes de travail en développant les pratiques internes de réunions créatives avec l'ensemble des membres des équipes, en organisant des réunions transversales par métier, avec des provenances d'entreprises différentes, concurrentes commercialement, mais avec la volonté d'être justement dans un climat d'échange d'expertises et de confiance mutuelle, et avec l'ouverture à des labs collectifs, avec des entrepreneurs d'autres secteurs, des spécialistes des réseaux, des créateurs d'entreprise, designers, architectes. Il s'agit bien ici de faire disparaître les frontières et de permettre les différences. Le salon peut même, mais peu le disent ainsi, être un cluster.[1]

g. Le goût de transmettre

Le milieu des Foires, Salons et Congrès est largement dominé par une culture orale, où les savoir-faire s'acquièrent sur le tard et par l'expérience, en équipe, avec des plus anciens. L'ancienneté est d'ailleurs primordiale. Il existe bien une pratique et un désir de transmission, profonds, qui s'expriment aussi très facilement autour de l'intérêt des professionnels sur les sujets de formation, à l'échelle des entreprises ou des instances

[1] « Intégration des savoirs, cluster, le salon est un cluster, il permet des croisements de valeurs. » (D. Organisateur d'un Salon de l'innovation multithématique, mais issu d'un autre secteur que celui de l'évènementiel.)

fédératives[1]. Cette transmission conduit des savoir-faire au savoir sur ces savoir-faire, à des modalités d'explication et de formalisation. La recherche est par là, quand il faut permettre de comprendre et de concevoir.

h. Conclusion sur les éléments favorables

Il n'existe pas de désintérêt pour la Recherche et l'Innovation dans cette filière. Mais il n'existe pas non plus une sorte d'enthousiasme qui n'attendrait que l'étincelle pour s'emporter. Il existe une curiosité, une conscience certaine que l'innovation deviendra de plus en plus décisive dans un contexte de structuration de la filière et de compétition sur les marchés. Le lien entre innovation et recherche est peu fait. C'est l'innovation, ou sa traduction en créativité au sein de l'entreprise qui prime. La nature même des salons comme lieu de présentation de l'innovation est un argument rare.

2. Les éléments défavorables qui éloignent les professionnels du désir de Recherche et d'Innovation

La richesse des échanges nous permet de nous aventurer dans une analyse plus serrée. Pour des raisons de schématisme et d'explication, nous l'articulerons autour de trois volets :

a. Des effets d'échelles troublants, la filière est peu dans un tout immense

Le rôle et l'identité de cette filière des foires, salons et congrès sont loin d'être clairs, ils appartiennent souvent à des champs plus vastes d'actions, d'enjeux, d'espace et de temps. Chaque manifestation est autant une part restreinte de réel, un outil de médiation qu'un monde à elle seule. Et les professionnels vivent dans des échelles de grandeurs au-delà de leurs propres capacités. Tout devient complexe. Qui doit chercher et quoi sont des énigmes. Les liens au cœur de la réalité sont inextricables, l'unité est incompréhensible.

Les échelles et les troubles auxquels se mesure la profession sont multiples et se croisent souvent, avec parmi eux : l'échelle hétérogène de chaque manifestation à la fois

[1] « La question de l'enseignement peut être une source de production : matière 2ème cycle et 3ème cycle. » (M. Directeur d'une instance fédérative de la profession.)

partie de la réalité, outil de médiation et de représentation d'ensembles tiers (filières, communautés, secteurs de la vie sociale, etc.…) ; les écarts d'une micro-économie qui s'articule immédiatement sur la macro-économie, le détail logistique sur des enjeux mondiaux, etc. ; la définition vague d'un secteur qui cherche son nom (« tourisme d'affaires », « industrie des rencontres professionnels », « Meeting industry », « l'Evénementiel ») ; le jeu mixte du public et du privé (inscription des manifestations dans un territoire, mixité des investisseurs, importance des missions de service public)[1] ; la multiplicité des temporalités (l'éphémère et le cycle, le « coup » évènementiel et le rite, la vitesse et la durée, la naissance, l'apparition, etc.) ; l'incapacité à voir l'ensemble des manifestations en raison de sa simple taille physique, de la complexité de ses détails et des interactions de son dispositif, de l'effervescence et de la vie de tous hommes et femmes qui se rassemblent ; la nature régulière et simultanément transgressive des manifestations

b. Des repères trop solides qui mènent à un certain statisme

A l'inverse des variations d'échelle et des pertes de repères qu'elles provoquent, existent aussi des modalités d'ancrage qui limitent la propension à la curiosité, en tout cas à s'investir dans la recherche et l'innovation :

- **La nature des manifestations. Les événements ont une inertie naturelle.** Ce constat simple est souvent répété. La preuve est donnée facilement par l'observation des faibles évolutions, voire d'un très fort immobilisme constaté par les acteurs ; les évènements ne sont qu'intendance, de forme « primaire », « basique » ; les opportunités se créent dans l'action, les créateurs d'évènements peuvent surgir de nulle part.

- **L'activité reste assez indépendante face aux cycles de crise.** La crise n'a pas touché les salons et congrès comme les autres secteurs de l'économie. Les ondes de choc étaient atténuées (argument que les salons et congrès sont des outils « anti-crise »)[2] ; L'implication des pouvoirs publics est aussi largement

[1] « Ce n'est pas forcément aux pouvoirs publics de faire ça (…) Un salon, c'est privé, nous, c'est l'infrastructure, la destination. » (M. élue aux Marchés et Fories d'une métropole).

[2] « Notre filière ne sera convaincue que le jour où elle sera en crise de rentabilité et que le salut viendrait de la recherche. » (P. DG de sites évènementiels, Parc exposition et Centre de congrès)

contributrice de cette aisance, la force de leur investissement dans les infrastructures et souvent dans les équipes ; La structuration extrêmement territorialisée de l'activité limite aussi les effets de concurrence.

- **La réticence à remettre en cause un modèle qui a fait ses preuves. Le modèle tient économiquement,** or la rentabilité d'une innovation devient doublement incertaine en risquant un déséquilibre du format, et en engageant des investissements dont le retour sera limité face à des formules existantes performantes[1]. Faut-il précipiter la fin du modèle alors que ses performances peuvent encore être préservés au moins à court terme ?[2] La crainte de déplaire est aussi réelle, aux participants, aux visiteurs, aux exposants, aux politiques, aux commanditaires.

Un salon n'est pas un produit modifiable à l'envi. Il faut en convaincre les personnes qui contribuent à sa constitution. L'organisateur n'est pas complètement maître du jeu, contrairement à ce que son nom d'« organisateur » pourrait laisser penser. Et le raisonnement remonte la chaîne de production. L'organisateur sera lui-même censeur d'initiatives ou de propositions de prestataires, notamment par ses choix de maîtrise de marge. Les rapports de forces ne manquent pas dans l'organisation d'une manifestation et des ruptures dans la production via des innovations relancent la question du statut même de l'organisateur.

c. Un éclatement des acteurs, une non-industrie

L'idée que nous soyons dans une industrie est assez nouvelle et n'est pas exactement partagée par les acteurs.

[1] « Les salons sont des machines à cash en France, pas d'investissement, pas d'envie d'aller plus loin." (F. PDG groupe prestataire et organisateur, avec des positions dans les instances représentatives de la profession)

[2] « La recherche et l'innovation : Tout le monde s'en fout. On peut leur (NDR : les organisateurs) dire que les mœurs évoluent. Moi, j'investis dans la recherche parce que je le dois à mes clients, je dois être innovant. Je suis à l'écoute de ce qui se passe. Je vois grosso modo à l'international, les grands salons pro, on y trouve pas d'innovations fantastiques. C'est plutôt quand on se met à la hauteur de l'exposant. Ils (NDR : les organisateurs) s'en foutent, ils ne créent même pas de clubs d'exposants pour les écouter. » (F. PDG groupe prestataire et organisateur, des positions dans les instances représentatives de la profession)

La profession n'est pas une, mais éclatée, étrangement récente, artisanale (« nous sommes un monde d'artisans »), avec une pluralité de types d'acteurs[1] qui n'arrivent pas toujours à travailler ensemble[2]. Les professionnels sont les premiers à reconnaître l'absence de vision à long terme et de stratégie dans leur profession.

Le collectif est absent, ou plutôt le seul véritable collectif visible est la manifestation elle-même. Autrement l'ensemble des acteurs rassemble une extrême diversité de relations et d'interventions des uns et des autres, avec à la fois des déséquilibres dans le partage de la valeur produite entre les acteurs (contraintes sur les prix)[3] et des porosités troubles entre les métiers et les acteurs, qui poussent certains à des stratégies d'assembleurs ou de croissance sur de nouveaux métiers, avec les concurrences que cela crée.

L'image de la filière est perçue comme défaillante. Apparaît parmi les professionnels une image dévalorisée de la profession, « sans lettre de noblesse »[4], comme si elle n'était pas reconnue, parce qu'elle est fondée sur des bases mercantiles, peut-être aussi parce que, comme le disent souvent les acteurs les plus techniques de la profession, "quand tout marche, on ne pense pas à nous".

Cette absence de collectif conduit à la recherche d'un tiers unifiant, d'une part, du côté de l'organe fédératif et, d'autre part, du côté des pouvoirs publics et des politiques. Mais ni l'un ni l'autre n'y répond : l'organe fédératif est fait lui-même de ce collectif éclatée, les politiques ne s'impliquent pas assez, en tout cas en France

[1] « Déjà un énorme handicap, en France, l'éclatement des centres décisionnaires. Au lieu d'avoir une entité, vous en avez dix, les offices de tourisme, l'agence d'évènement de la villle, CCI, …De ce fait, personne n'est d'efficace. » (E. Président de sites évènementiels lors de ses premiers mois de prise de fonction)

[2] « Dans les années à venir, le rôle d'un convention bureau devrait être essentiel pour la mise en réseau des acteurs, universités, parcs, centre de congrès, stade, avec aussi le milieu des banques. Notre avantage : nous sommes neutres. » (H. Directrice d'un Convention Bureau)

[3] « Dans la profession : petits acteurs, trop petits pour investir dans la R&D, sans recul avec de très gros acteurs qui pompent toutes les marges. » (H. DG, prestataire) ; « La chaîne de valeur s'est segmentée : avant l'organisateur de salon faisait tout, maintenant il fait faire des bouts, ce qui crée une sorte d'invisibilité de la chaîne et une perte de gouvernance. » (J. Directeur de service au Ministère de l'Economie)

[4] « Il n'y a pas besoin de R&D. Il y en aurait si on mettait des lettres de noblesses à notre profession. Nous sommes des commerçants, (…) », (R. DG du pôle d'organisation de salon, grand groupe).

(CHARIE 2006), malgré une réalité des investissements publics. Mais celle-là reste mal évaluée.

La culture n'est pas une culture de Recherche et Innovation. La connaissance du monde de la recherche est faible[1], la culture entrepreneuriale de l'innovation n'est pas première. Le marketing lui-même reste rare hors le registre opérationnel. Il est donc sans interface suffisante qui pourrait capter des éléments de recherche ou d'innovation. Les formations du secteur sont encore faiblement orientées dans ce sens[2]. Les dirigeants eux-mêmes sont des personnes de terrain[3], construits dans l'action. La quête de professionnalisme auprès des nouvelles générations est plus orientée vers celle de compétences de gestion que de celles de créativité.

d. Conclusion sur les éléments défavorables

Une citation d'un des acteurs de la filière pourrait résumer tout cela « Tout ce qui est général dans la profession ne marche pas »[4]. Il est illusoire de raisonner avec une vision systématique et la croyance en une hauteur possible qui viendrait embrasser les enjeux et le terrain. Les voies de passage pour développer une Recherche et Innovation dans la profession seront du côté de la possibilité de se mettre directement au milieu d'une situation, de savoir être local et d'enchaîner les expériences. Le manque de base collective solide ne doit pas faire rêver la planification d'une industrie intégrée, mais plus sûrement la création de petites chaînes d'associations, de plusieurs collectifs qui pourront servir à imaginer des projets de Recherche et Innovation communs. Il ne faut pas non plus attendre, du ciel des leaders ou d'un quelconque pouvoir, les décisions d'entreprendre. Il existe sûrement toutefois une corrélation entre une amélioration de l'image de la profession et le développement possible de sa recherche. Enfin il paraît fondamental de développer une sorte de sens

[1] « Il n'y a pas de recherche. Le monde de la recherche dans les salons, je ne vois aucune application. En revanche, il y a des applications par secteur, par exemple, typiquement, l'INRA, le CEMAGREF font partie du contenu du salon, c'est indispensable. Les salons doivent toujours être un petit poil en avance sur les marchés » (V. Directrice de division d'un organisateur de salons.) D'une autre manière : « Notre industrie est très stressée et n'a pas de forte affinité avec la recherche » (R. Directrice des études dans une instance fédérative internationale de la profession.)

[2] « Les formations sont très opérationnelles. » (S. Consultant, experts sur les formations dans le secteur)

[3] « Il n'y a pas de culture universitaire. Dans le meilleur des cas, école de commerce, toujours dans l'urgence » (H. Directeur dans un média du secteur) ; « Essayer de faire prendre conscience de la noblesse de la profession. » (J. Directeur de service au Ministère de l'Economie)

[4] C. Consultant

généalogique, saisir comment cette filière naît, comment les manifestations sont apparues, ont évolué. Les formes des FSC sont celles de notre modernité, à peine plus âgées que la photographie ou le cinéma, mais ce n'est jamais vu ainsi. La perception serait alors plus claire du caractère passager et donc modifiable des manifestations.

3. Conclusion sur le désir des professionnels à s'investir dans une Recherche et Innovation

Il est préférable de dire qu'il n'y aura pas de mouvement d'ensemble fort et décisif, à court terme, pour investir dans une Recherche et Innovation dans la profession[1]. Il est improbable de lire à court terme dans une stratégie, un rapport d'activité, y compris d'un leader, une formulation essentielle, au cœur de sa vision, d'organiser et de faire grandir une Recherche et Innovation prioritaire.

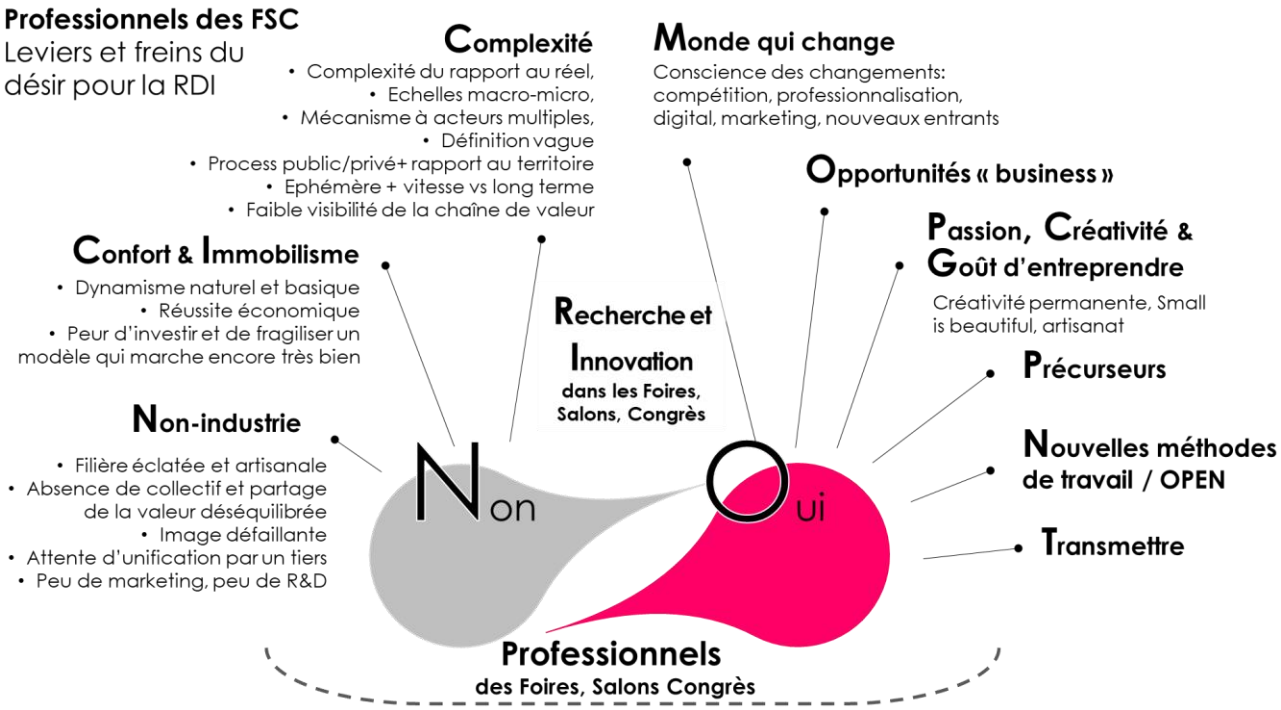

Fig 6. Leviers et freins du désir des professionnels des FSC pour une Recherche et Innovation

[1] En 2016, le Contrat de la filière de l'évènement entre la profession et l'Etat ne comportait quasiment aucune référence à la recherche, moins en tout cas que le rapport CHARIE dix ans plus tôt lui-même assez laconique sur le sujet. Et en 2020, les débats soulevés dans la profession par la crise du COVID, n'ont accordé que très peu de place à l'idée de s'investir dans des projets de Recherche et Innovation ou de se rapprocher du monde de la Recherche.

Pourtant rien ne semble absent des éléments qui pourraient initier une tendance de fond dans la profession pour investir dans une Recherche et Innovation. Les transformations économiques et sociales sont bien présentes et touchent, de l'intérieur même, les foires, salons et congrès. La compétition est réelle. Peut-être faut-il attendre l'arrivée de nouveaux entrants plus tonitruants ? En regardant un peu plus précisément la vie de la filière, seraient visibles ses formes variées, ses instabilités, ses naissances, ses ruptures, ses disparitions. Tout n'est pas si statique et immobile. Le confort actuel est le fruit des modifications et des adaptations, des audaces. La filière n'est pas une industrie, mais justement elle est une pluralité ouverte, souvent de passionnés (DANGER 2013), d'entrepreneurs. Il ne faut simplement pas s'obstiner à chercher un principe, une grande cause unique qui viendrait irradier la profession d'un grand désir de recherche et d'innovation. Est préférable d'avoir une vision en petits morceaux, en kaléidoscope. C'est vrai pourtant que la filière ne se voit pas encore assez elle-même, elle ne sait pas exactement par quel bout se prendre. Il faut donc fonctionner par emprise locale, tirer un coin de la nappe et voir s'il y a une nappe. Cela ne pourra s'envisager que de manière dispersée, lacunaire, avec des vitesses variables, en fonction d'individualités, de projets spécifiques, des cas. Il ne faut rien de global. Cela permettra d'avancer.

Et maintenant, il nous faut voir du côté des acteurs de la recherche et de l'innovation. Sont-ils intéressés par l'univers des foires, salons et congrès ? Pensent-ils que cela vaille la peine d'y entreprendre des recherches, de s'en servir pour développer leurs propres recherches et leurs propres affaires ?

B. Les motivations des acteurs de la Recherche et de l'Innovation pour se tourner ou pas vers des activités de Recherche et d'Innovation dans les Foires, Salons et Congrès

La population des chercheurs ou des acteurs de la valorisation de la recherche, les experts en innovation sont des praticiens des salons et congrès, orateurs, participants à des congrès, exposants, visiteurs, et organisateurs de congrès, de colloques, de séminaires, voire de salons. Il existe donc aussi une proximité pratique entre les deux mondes de la recherche et des FSC. Une série de leviers favorables tout le long du process de la production de recherche et de connaissance, de celui de la valorisation et celui de l'innovation sont autant d'invitations à s'investir dans une collaboration scientifique et pratique dans le champ des FSC.

Mais les freins sont aussi réels. La Recherche n'est pas une machine à disposition qui se lance par curiosité sur n'importe quel sujet, mue par une vitalité naturelle. Elle est un vaste système avec ses structures, ses évolutions, ses enjeux. Les laboratoires ont leurs stratégies, les chercheurs leurs projets. Et les Foires, Salons et Congrès ne rayonnent pas comme un grand repaire scientifique, malgré une connivence historique certaine.

1. Eléments favorables à l'investissement des acteurs de la Recherche et de l'Innovation dans la recherche et l'innovation dans les FSC

Les acteurs de la Recherche et de l'Innovation ne refusent pas de réfléchir et d'échanger sur l'idée d'une Recherche sur et avec les FSC. La discussion n'a simplement encore jamais eu lieu. Leur bienveillance et curiosité suffisent à rendre des discours possibles. La série d'éléments favorables à l'investissement sur le sujet ne valent toutefois pas engagement ou sentiment ravi qu'il existe une forte opportunité, là dans les FSC, pour la Recherche et l'Innovation.

Nous pouvons distinguer cinq types d'arguments qui pourraient servir d'appuis pour un quelconque désir d'investir son énergie, ses projets, dans le champ des FSC.

a. Une voie d'entrée naturelle, celle des congrès comme lieu de partage de la connaissance et lieu d'évaluation scientifique

Le congrès est une belle porte d'entrée du monde scientifique dans celui des FSC, dans la mesure où les pratiques et les mécanismes de congrès sont consubstantiels de la vie de la recherche :

- Le parcours d'un chercheur passe, à un moment ou à un autre, par les congrès, avec, parmi ses principaux objectifs, celui de l'évaluation et de la reconnaissance de ses recherches ;

- Au-delà de sa position individuelle, la participation à un congrès pourra porter le travail d'une équipe de recherche, d'un laboratoire, d'une discipline, d'une région, d'un pays, etc.[1] ;

- Les congrès constituent des rites et créent les rythmes d'une communauté scientifique et de sa vitalité[2] ;

- Les liens avec le monde industriel et les entreprises sont largement déterminants, pour nombre d'entre eux.

- Le chercheur expérimenté, arrivé dans les instances dirigeantes de sociétés savantes, pourra porter l'organisation d'un congrès ;

- La conversation scientifique y est fondamentale.

b. Les ouvertures vers des possibilités transversales et pluridisciplinaires de recueil de données, de pratique d'expériences, de visualisation d'ensemble, parfois de projets d'enseignement

Très schématiquement, si le congrès est le lieu d'une discipline, le salon sera celui de l'ouverture, du métissage et du pluridisciplinaire. Les chercheurs reconnaissent son attrait pour :

- Recueillir des données, notamment sur une population, comprendre les usages, sur l'analyse des dispositifs marchands, mais aussi au-delà sur d'autres pratiques sociales, économiques, technologiques, politiques ;

[1] « Montage d'un congrès (…) se faire reconnaître comme groupe. (…) Le congrès se monte en parallèle à des publications. Ce n'est pas spécifique, c'est intriqué avec les publications, c'est là qu'on pose notre truc, on dit à la communauté où on est. Ça va vite, on sait qui travaille sur quoi. » (B. Enseignante-chercheuse, sociologue)

[2] « La recherche ne se conçoit et n'est universelle que si elle est jugée par ses pairs : congrès poster, articles de congrès, les grandes conférences mondiales, les grands congrès des disciplines. » (A. Directrice de la communication d'un Centre de recherche)

- Accéder à un dispositif concentré et global d'une réalité tierce (le salon, microcosme d'une ville, d'une filière, etc.)[1];

- Se placer à l'intersection de plusieurs disciplines (disciplines scientifiques[2]),

- Faire appel dans l'analyse des usages à des regards hétérogènes,

- Offrir aussi la possibilité, selon la filière sur laquelle il se trouve, de découvrir des métiers différents.

Il s'agit bien là, pour le chercheur, de ses recherches propres et de son intérêt. Il est très important de préserver ce dernier. Ce qui n'empêche pas d'envisager des conventions et de « passer des deals, à faire des choses utiles pour l'entreprise, une étude de consulting, en échange de données »[3]. Les organisateurs pourraient avec les chercheurs, au fur et à mesure de leur collaboration, mettre en place des facilités d'expérimentation, en termes de logistique, d'ingénierie de projet, mais aussi de connaissance des contextes. Un premier geste abordable serait aussi de multiplier la signature de conventions de partenariat, sur deux ou trois ans, qui conditionnent une bonne intention partagée de travailler ensemble, de se rencontrer et d'identifier des opportunités de coopération. Les chercheurs en charge d'enseignement (formations, cours) sur le domaine de l'évènement (mais ils sont peu nombreux) ou de sociologie saisissent aussi que des collaborations avec des entreprises du secteur pourraient déboucher sur des projets d'enseignement, des placements aussi de leurs étudiants[4] pour des stages ou pour des recherches de 3ème cycle (Convention CIFRE).

[1] « Les chercheurs viendront et s'approprieront ce terrain, si on arrive à leur faire prendre conscience qu'ils peuvent tester ce qu'ils savent sur les manifestations, et ça apportera des éléments à la profession. (…) C'est un CAS. Tu peux analyser les flux dans les foires et salons à partir de connaissance, étudiée par exemple sur New York, et on peut appliquer sur un terrain petit concentré, que l'on peut facilement manier (différent d'une rue qu'on ne peut pas déplacer ou modifier) » (P. Directeur de Recherche)

[2] « Je suis à l'intersection de plein de sujets, en tant que géographe, économiste, sur des sujets d'innovation, de management, des questions politiques, et des lectures larges. » (H. Professeur d'Université, sciences politiques, géographie et économie, a écrit de nombreux articles sur les salons)

[3] « Je prends contact avec des entreprises par intérêt, je suis prêt à passer des deals, des choses utiles pour vous, une étude de consulting, en échange de données. » (F. Directeur de Recherche, Professeur d'Université, Sociologue)

[4] « Nous aimerions beaucoup travailler avec eux, parce qu'il n'y a qu'eux qui peuvent nous offrir des terrains pertinents. Il n'y a qu'eux qui peuvent demander à des universitaires et à leurs étudiants de traiter un sujet qui les préoccupent, pour lequel ils n'ont pas le temps d'apporter des réponses, ou bien de réaliser des projets communs par des

c. L'exposition de la science auprès de publics tiers : théâtraliser, scénariser, parler

Un autre attracteur possible de la recherche vers le monde des FSC est celui de la vulgarisation scientifique ou de la médiation de Culture Scientifique Technique et Industrielle auprès de la société civile, du grand public. Les grandes manifestations, « fêtes de la science » se multiplient, les expositions scientifiques, la muséographie scientifiques se développent, que cela soit sur des manifestations généralistes, des salons spécifiques, des lieux d'exposition dédiés à la science ou des parcs à thème[1].

La question pédagogique croise aujourd'hui, dans une culture croissante de l'interactivité, tous les exercices possibles de l'expérimentation par le public, et de la découverte par l'action. Ils impliquent des pratiques de mise en scène, de production de langage, d'histoires, capables à la fois de susciter l'apprentissage rationnel, la compréhension et l'interprétation par des publics de la société civile ou de secteurs professionnels. La question de l'exposition ne se pose en effet pas seulement auprès du grand public, mais aussi auprès des publics professionnels, avec la volonté de mettre le public en état de passer d'un domaine de savoir à un autre[2], de déplacer des usages d'un champ à un autre. L'exposition de la science devient une machine à créer des liens et à déplacer des frontières. Elle peut susciter des vocations de nouveaux jeunes chercheurs. Plus anecdotiquement, mais cela peut aussi avoir un

commandes bienveillantes (….) En termes de points de vue des professionnels, nous avons celui des entreprises qui prennent nos étudiants en stage, de la professionnelle qui est en support de la spécialisation et des territoires. (…) Les professionnels de l'évènement travaillent dans l'urgence, ils ont le nez dans le guidon et ils n'ont pas toujours le temps d'adopter une vision à moyen terme, voire à plus long terme. Je pense que notre temporalité qui est beaucoup plus longue nous permettrait en fait de travailler ensemble, de réfléchir non pas à leur place, mais avec eux sur des problématiques qu'ils n'ont pas le temps d'explorer. » (N. Enseignante-chercheuse, en charge de master sur le tourisme d'affaire)

[1] « L'expo et la médiation sont là parce que le scientifique ne peut pas être en contact perpétuelle avec le public. Un message pur reste. L'expo est construite avec le public, ce ne sont plus les scientifiques qui apportent seuls la bonne parole.» (J. Directeur de Centre de Culture Scientifique, Technique et Industrielle)

[2] « On va voir apparaître des manifestations nouvelles, non plus en silos (Auto, aéro…) mais des salons transversaux où on va parler plus d'usage que de techno : les gens représentatifs des usages et moins un salon de technologues. (…) à voir : ce qu'a fait le CEA Tech à Grenoble, le showroom du CEA Tech : présentation de techno qui invite à appliquer la techno à d'autres domaines, un parcours intelligent qui nous ont obligés à nous poser des questions. » (A. Ex-Directeur d'une institution de Recherche, spécialiste de nanotechnologie)

sens et une importance, elle construit pour le personnage du chercheur un rôle et une image qui ne lui sont pas toujours donnés.

d. Les opportunités de valorisation de la recherche et de partenariat, la création de zone de confiance avec les marchés

La valorisation de la recherche et le transfert technologique sont devenus des priorités croissantes de la structuration de la recherche. Les salons et congrès, mais avant tout les salons, peuvent avoir là un rôle de médiation essentielle sur au moins trois registres :

- La création de réseaux et de zones de confiance recherche-entreprise, pour le développement de projets. Les salons multiplient les occasions de liens entre les laboratoires, les acteurs de la valorisation et les entreprises[1] .

- L'observation des marchés, des usages et des tendances. Le salon peut donner un avant-goût du marché et des pratiques des acteurs, de leurs réactions à tel ou tel nouveau produit ou service[2] ;

- L'incubation d'entreprises innovantes. Le salon facilite la gestation des projets, accompagne le lancement des entreprises. Plus largement, cela rejoint l'idée que le salon peut être un cluster, capable de coproduire, avec les acteurs de la recherche, les entreprises et l'agence de valorisation, un écosystème d'émergence des entreprises et de leurs projets.

1 « Salon : La lenteur, le fortuit, la fertilisation croisée, l'innovation de rupture, de là viennent les meilleurs succès de la valo, on fera un très bon business » (J., DGA Structure de transfert technologique) ; « L'apport de la recherche dans l'économie est devenu fondamental pour les organismes de recherche (…) Les salons pros, intéressants d'être dans le montage : 1) entendre les pros et leurs problématiques. Le métier de la valo est un peu bâtard. Ils vendent des choses avec une idée caricaturale du business. 2) pouvoir faire des propositions, un peu le modèle des logiciels libres : montrer ce que peut faire un chercheur, puis après : partenariat. Donc le salon n'est plus qu'un prétexte, il donne du temps de vraiment travailler, sur plusieurs années avec les entreprises et de créer des partages » (C. Responsable du service valorisation d'une université.)

2 « On a besoin de choses simples : en 5 minutes pourquoi ça fait sens ? J'ai besoin de décryptage et ça, ça n'a pas de prix et internet ne répond pas à ça. Possibilités de X contacts de ce type-là sur salon. Une catégorie de prospects n'a pas le temps de parler, le salon permet ça, en peu de temps, se faire une opinion qui donne envie d'avancer. » (J. Directeur d'une Agence régionale de l'Innovation)

e. Les FSC comme machine d'innovation

Nous avons là un début de ligne d'une opportunité fondamentale de l'activité des foires, salons et congrès. Une manifestation devient un lieu de production d'innovations, et pas seulement de mise en relation avec le marché, de test de produit ou de monstration de l'existant :

• **le fortuit et l'innovation : l'« effet papillon » des salons** . Les relations organisées et cadrées peuvent contribuer à de l'innovation incrémentale, mais le fortuit, le hasard des rencontres, les coïncidences inattendues peuvent conduire à de l'innovation avec des changements de stratégie[1] ;

• **le devenir des objets**. Les objets présentés entrent dans un dispositif d'observation et de transition[2], en relation à la fois avec le regard des « acheteurs » potentiels et avec la place que l'objet va prendre dans le continuum de la filière présente[3] ;

• **La disparition des frontières et nouvelles méthodologies**. La mise en relation d'acteurs hétérogènes, entrepreneurs, chercheurs, mais aussi artistes, designers, usagers peut conduire à l'élaboration de nouvelles méthodologies créatives pour chercher et innover :

• **La décision**. Le processus de face-à-face et de conversation, la richesse des paramètres mobilisés dans cette rencontre physique permettent des prises de décisions et des lancements de projets.

---

[1] « Une anecdote : un industriel qui a repris il y a 30 ans une société de câbles électriques qu'il a développée ; il visite le Bourget, il y a 3 ans. Un membre de son équipe « Patron, allez voir le stand HP, il y a une technique d'imprimante 3 D. Il l'achète avec un prix salon et il lance son entreprise dans l'exploitation de l'Imprimante 3D pour montrer des prototypes. Par un salon, il a changé sa méthode et sa stratégie d'entreprise. » (A, Directeur de Recherche, prospectiviste, enseignant)

[2] « Objet transitionnel qui pose des jalons pour ce qui va venir après. Un salon, tu aurais l'offre et avec la juxtaposition des stands on peut voir la dynamique. » (F. Prof. d'Université, sociologue) ; « Les salons, j'ai une petite fascination depuis assez longtemps, je vais dans les salons. J'ai un projet sur les labels et les normes dans le bâtiment et je suis allé à Batimat pour entrer dans un monde, on y va autant pour les objets, les dispositifs que pour les sujets » (A. Directeur de recherche, sociologue)

[3] « Les Foires sont des endroits de la globalisation, tu apprends des consommateurs et des concurrents. Ce sont aussi des endroits de globalisation alors que les supply chain sont fragmentées et dispersées géographiquement. » (D. Enseignant-chercheur en marketing, a travaillé sur les foires et salons)

Le salon serait propice aux fertilisations croisées, aux ruptures, à la mise en mouvement des objets, aux ouvertures méthodologiques et aux décisions.

f. Conclusion

L'ensemble des éléments favorables : congrès, données et expériences, diffusion, valorisation et transfert, machine-innovation ne sont pas rien et pourraient suffire à dessiner une vision des relations à venir entre les FSC et la Recherche. Mais ces éléments favorables sont encore dans l'ombre d'une discussion bienveillante, dans laquelle les acteurs de la Recherche et de l'Innovation sont toujours prêts à réfléchir : peuvent-ils résister aux tendances défavorables que nous décrirons dans la partie suivante ?

2. Eléments défavorables à l'investissement des acteurs de la Recherche et de l'Innovation dans la recherche et l'innovation dans les FSC

Pourquoi les acteurs de la Recherche, chercheurs, acteurs de la valorisation, ne s'investiraient pas plus sur le champ des Foires, Salons, Congrès, que cela soit comme objets de savoir, comme média de socialisation, outil de valorisation ou terrain d'expérimentation ?

Nous parcourons trois grands types de limite au désir de s'investir dans une recherche sur et avec le champ des FSC : Le premier est lié à l'état de la Recherche elle-même ; Le second répond à l'étroitesse aujourd'hui du champ de recherche sur les FSC ; Le troisième appartient aux pratiques des acteurs de la recherche et de l'innovation dans les FSC.

a. L'état de la Recherche : une motivation parfois affaiblie

Avant même de s'orienter éventuellement vers un nouveau champ de recherche, de prime abord additionnel à leurs propres explorations, les chercheurs ne peuvent s'empêcher de rappeler leur situation. Elle leur laisse plus ou moins de marge de manœuvre et de capacité à s'aventurer vers ce qui n'est encore que contingent :

- **De plus en plus de gestion.** La Recherche en France connaît des transformations qui conduisent les chercheurs à consacrer une part croissante de leur temps à des missions de gestion de projet (tâches administratives, candidatures à des projets, recherche de financement, contrats de partenariat, croissance des évaluations, etc.)[1] ;

- **Qui finance ?** L'argent se distribue de manière inégale selon les disciplines avec parfois le paradoxe que le chercheur soit même conduit à payer pour présenter ses résultats. Plus largement, le chercheur est intéressé pour trouver des financements à ses propres projets. Est-ce qu'un partenariat ou une collaboration avec la filière des FSC lui permettra d'obtenir les crédits dont il a besoin ?[2] La réponse est probablement affirmative, mais il faudra le prouver par l'exemple ;

- **Objectif de la recherche : faire avancer la connaissance et non pas innover.** La Recherche cherche avant de trouver, et elle a pour objectif de faire avancer la connaissance, avant même d'être simplement la phase première d'un processus qui finirait en innovations. Or les entreprises ont cure des innovations avant tout. Cela implique aussi des temporalités longues, lentes, au regard des activités économiques et des désirs de rentabilité et de performance.

Aussi schématique que cela puisse paraître il existe bien une insuffisante reconnaissance de la Recherche, de sa vocation, de ses chercheurs. Ce tableau mériterait d'être nuancé par les acteurs eux-mêmes, toutefois il permet de souligner que, d'une manière ou d'une autre, des formes de reconnaissance seront nécessaires à l'implication des chercheurs sur tel ou tel projet, pour eux-mêmes sans doute, pour leurs idéaux sûrement, pour la valeur de leur travail incontestablement.

[1] « Logique managériale : moins d'argent, plus de contractualisation avec un impact sur les objets de recherche, y compris dans des disciplines qui ne le faisaient guère, un peu le couteau sur la gorge. Si on veut se payer des colloques, on est obligé de faire des contrats ANR. C'est plus difficile de trouver de l'argent pour de la recherche fondamentale, hors intérêt pur et politique », (C. Enseignante-chercheuse, sociologue)

[2] « Pour faire de la recherche sur les FSC ? Financer des thèses ! », (J. Chercheur, sociologue)

b. La faiblesse du champ des Foires, Salons, Congrès pour la Recherche

Que vaut ce champ de recherche pour dévier le chercheur de ses propres recherches et inquiétudes ? Que peut-il gagner à s'aventurer ainsi dans cette zone qui n'est encore que d'ombre ?

- **Le chercheur n'est pas là pour penser à la place des professionnels des foires, salons et congrès**. Il n'est pas là pour faire une quelconque « révolution » qu'eux-mêmes désireraient mais qu'ils ne sauraient pas entreprendre[1]. Un chercheur est orienté sur ses recherches, sur ses propres objectifs et ses désirs de connaissance. Il n'est pas un consultant qui vendrait de l'expertise, ni même un « gourou », même si certains peuvent vouloir jouer ce rôle ou qu'il leur ait demandé de s'en habiller. Aujourd'hui, dans la contrainte de la Recherche, il sera d'abord préférable de mobiliser un chercheur sur ses projets propres, qu'il puisse déjà faire vivre ses intérêts.

- **Une niche sans reconnaissance.** Les Foires, salons congrès ne sont pas constitués en objet de recherche. Quelle est la carrière possible une fois que vous avez commencé à vous spécialiser dans ce domaine ? N'allez-vous pas vous retrouver isolé ?[2] Même ceux qui ont pu travailler sur le sujet peuvent parfois émettre des doutes sur les opportunités possibles et ne pas encourager les vocations. Quelles sont tout simplement les revues où vous pourrez publier vos articles et être reconnu ?[3] Le regard des pairs manque. Les étudiants ne sont pas non plus attirés, dans le vaste champ de l'événementiel, par les parties spécifiques sur les foires, salons et congrès (mais plutôt par l'événementiel sportif, d'entreprises ou par le secteur culturel). La profession elle-même des foires, salons et congrès ne prête pas toujours la meilleure attention aux travaux

[1] « On n'est pas des consultants, à faire des finfins dans les salons pour faire votre révolution. » (J. Chercheur, sociologue)

[2] « Le tourisme est sous-estimé, et les congrès à l'intérieur du tourisme encore plus. (…) On était bloqué, on ne nous prenait pas sur les colloques, je dis à mes étudiants de ne pas travailler dessus, s'ils veulent faire carrière.(…) Les chercheurs sont très isolés.(…) » (S. Enseignante-chercheuse, géographe, spécialiste des congrès.)

[3] « Pour parler d'une science, il faut des laboratoires et des revues sur la thématique, même dans le tourisme il existe peu de docs. » (A. Enseignante-chercheuse en gestion et tourisme)

déjà existants : « Est-ce que vous vous intéressez à nous ? »[1], la question du chercheur est simple, la réponse déterminante ;

- **Un objet fragile et sans industrie.** La première fragilisation est l'absence de discipline spécifique[2], d'un périmètre clair dans lequel entrerait le champ de l'activité foires, salons, congrès. Pas d'industrie, cela signifie de faibles, voire de rares, financements. Et l'enseignement n'offre pas assez de débouchés ;

- **Une image dévalorisée.** Les Foires et Salons avant tout, plus que les congrès, n'échappent pas à une image de mercantilisme[3] qui n'a pas bonne presse. A cela s'ajoute l'écart entre le monde d'une recherche publique et celui d'entreprises privées. Cette image n'est pas la perception des seuls chercheurs, mais peut aussi être celle des professionnels eux-mêmes.

Evidemment dans ce contexte sans gloire, il est plus difficile de trouver des volontaires. Le chercheur aventurier pourrait être jugé infidèle à des idéaux de recherche et trop proche d'intérêts mercantiles. Il est étonnant finalement que l'entrecroisement historique du monde de l'exposition et des congrès avec celui de la science n'apparaisse pas dans les échanges.

c. Des pratiques des salons et congrès sans engouement

Nombre d'acteurs de la Recherche et de l'Innovation ont participé à des salons ou congrès. Certains ont même été organisateurs. La pratique des FSC est donc réelle. Elle ne soulève pas de passion. Elle est même décevante.

Les pratiques des congrès et salons, les frustrations. Malgré une pratique récurrente des congrès, dont l'articulation consubstantielle avec le travail scientifique est bien reconnue, les chercheurs ne semblent pas intéressés par l'objectif d'en maîtriser les techniques. Il s'agirait plutôt de savoir alléger les tâches des chercheurs dans ce domaine : un évènement est un projet qui n'est pas directement de la recherche et

[1] J. Chercheur, sociologue

[2] « Ça reste, quel que soit l'événementiel, le terrain, on ne peut pas créer des disciplines. » (A. Enseignante-chercheuse, économiste)

[3] « Problème : ça baigne directement dans l'univers marchand. » (J. Chercheur, sociologue)

reste extrêmement chronophage [1] ; Optimiser sa présence sur un salon peut demander des années de pratiques, à la fois pour s'assurer de la bonne définition de ses objectifs et pour l'atteinte de ses résultats ; participer à un salon est un investissement, or les retombées sont difficiles à évaluer.

Les salons n'apparaissent pas de manière évidente être le bon média pour se rencontrer et créer des partenariats : Image d'obsolescence et d'immobilisme, « archaïque, dépassé »[2] ; une valeur ajoutée qui n'est pas toujours visible, de la logistique seule, la plus élémentaire ; Inappropriés à un libre dialogue parce que sous des contraintes de confidentialité[3] ; Des exclusions possibles sur certains salons qui comportent des restrictions d'accès ; Trop orientés vers la seule mission de communication, sur des temps courts, sans la réelle possibilité de relations approfondies et durables avec les entreprises ; Vidés de leur force première d'être des « lieux de rencontres » en raison de l'absence des bons interlocuteurs experts au profit des acteurs de commerce ; Une offre pléthorique de salons, inégale, dans laquelle il est difficile de se repérer et de faire le bon choix.

La concurrence va être multiple : participation à d'autres formes d'évènements (sur un festival culturel, un événementiel scientifique dédié), préférence pour des clubs ou des comités d'experts, les plateformes internet de mise en réseaux sur les enjeux de valorisation, les tiers-lieux. Les congrès, eux-mêmes, ne peuvent pas être considérés comme les seuls lieux-dits de la socialisation scientifique et de la création de communauté, d'autant plus qu'une part croissance de leur contenu est accessible

[1] « Donner de sa personne. Dès qu'il y a un grain de sable, problème, le chercheur est monomaniaque et il n'est pas prêt à s'investir. » (J. Chercheur, sociologue)

[2] « Les salons sont dépassés par internet. Les professionnels de la valo réfléchissent à des bourses technologiques sur internet pour présenter les projets (…) » (C. Responsable du pôle valorisation d'une Université)

[3] « Les salons sont archaïques parce qu'on ne trouve pas un moyen de créer un dialogue. Les salons sont trop superficiels, parce que les industriels ne peuvent pas divulguer le fond. Comment faire pour créer la confiance qui permet d'avoir le fond ? Le gros problème, c'est de créer un espace de discussion qui garantit la confidentialité des échanges, d'où l'intérêt des rencontres à huis clos. Il va y avoir des besoins énormes pour révolutionner notre tissu industriel. Les salons auraient un rôle pour inventer une nouvelle forme de salon qui permette la confidentialité. Une des sources d'innovation : la production de confidentialité, que les gens puissent se parler avec sûreté. » (P. Directeur Adjoint d'un laboratoire de Recherche, co-organisateur de congrès et de participation à des salons)

avant le congrès sur internet et qu'il est de plus en plus difficile financièrement de s'y rendre.

d. Conclusion

L'image de cette activité semble contredire les enjeux de la recherche : perte de temps, faible valeur des liens possibles, culture mercantile, éparpillement, absence d'avenir professionnel… Il ne faut donc pas compter sur une tendance naissante des chercheurs à s'investir sur le champ des FSC. Si donc des projets de recherche doivent naître, ce sera soit par un interventionnisme clair des professionnels des FSC soit par le biais d'exception, de cas isolés de motivation et de curiosité quasi individuelles.

3. Conclusion sur le désir des acteurs de la recherche

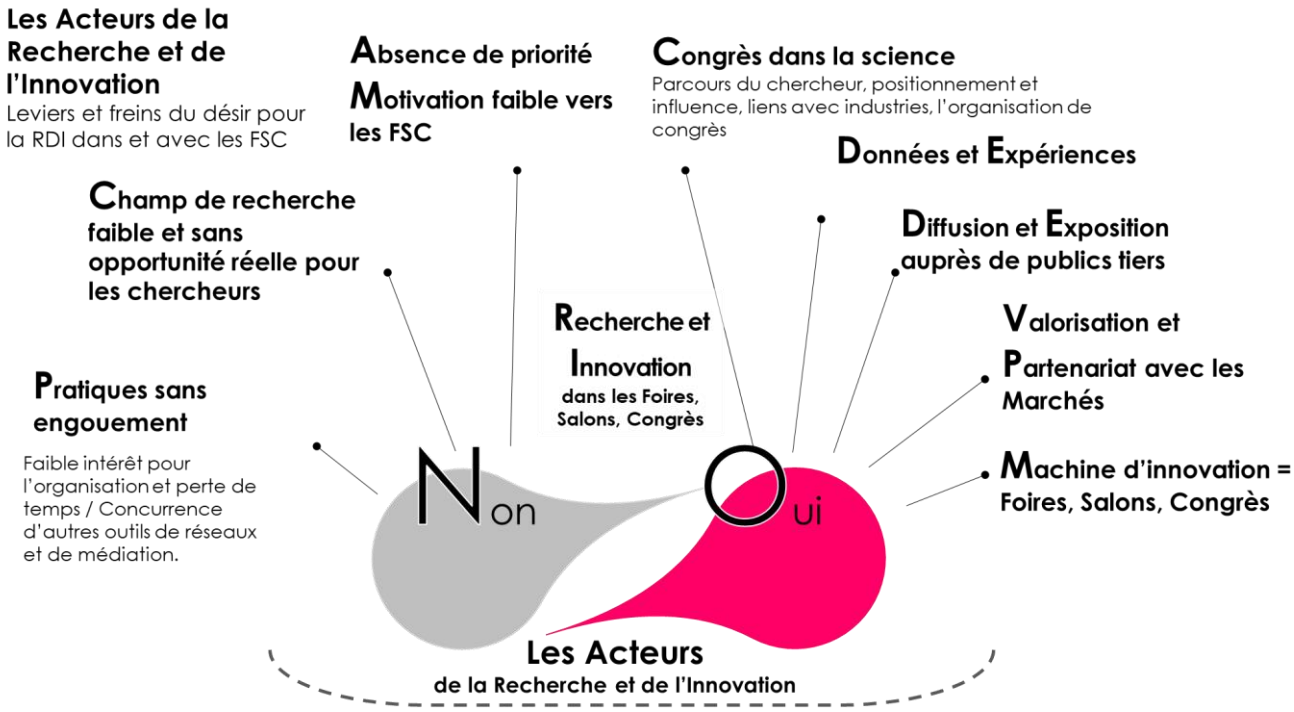

Fig 7. Leviers et freins du désir de Recherche et Innovation dans et avec les FSC

Le non l'emporte sur le oui. Les FCS n'affectent pas le monde de la recherche. Il n'est pas assez proche. Il manque des liens personnels, des émotions, le sens de grand dessein possible, au moins celui de servir la connaissance. Il faudra commencer par encourager et soutenir les chercheurs qui ont déjà franchi le pas pour eux-mêmes

dans les foires, salons et congrès. Ils sont méconnus, ils sont déjà là. Leurs travaux sont directement en relation avec les enjeux des FSC. C'est un premier trésor. Ne nous trompons pas dans les rôles : les chercheurs ne feront pas ce que les professionnels ne font pas eux-mêmes. Ils ne chercheront pas à leur place. Ils n'investiront pas les FSC comme champ de recherche, alors que la profession elle-même fait trop peu cas des investissements qu'elle pourrait elle-même y consacrer.

C. Une certaine indifférence (conclusion)

En rassemblant l'ensemble des éléments favorables et défavorables des deux groupes d'acteurs (voir fig. ci-dessous), il est possible de conclure en bref : pas d'opposition à l'émergence d'une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès (FSC), mais pas de position non plus pour s'engager et en faire une nouvelle ligne qui traverserait la filière et ses priorités. Personne, au fond, lors de nos rencontres et nos expériences, ne s'oppose frontalement à l'idée d'une Recherche et Innovation dans et avec les FSC, mais l'idée n'était jamais vraiment apparue. Elle ne sort pas d'une certaine indifférence. Les chercheurs se battent aujourd'hui pour défendre et avancer sur leurs propres recherches. Les professionnels des Foires, Salons et Congrès ne sont guère plus attentifs au sujet. La Recherche n'est pas une priorité. Et il est illusoire d'espérer que les chercheurs se tournent d'eux-mêmes vers les FSC au point d'initier ensuite une activité que les professionnels eux-mêmes n'envisagent pas déjà aujourd'hui spontanément. « Nous ne ferons pas votre révolution », dit un chercheur pourtant sensible aux apports possibles des Foires, Salons et Congrès. En fait les débats n'ont pas cours sur le sujet. Il est même étonnant de constater qu'aucun des professionnels interrogés n'ait considéré une orientation vers la recherche comme un tremplin d'opportunités pour ses propres affaires, alors que pourtant les acteurs de la recherche font partie de ses clients ou des relais d'influence qui pourraient lui être utiles.

L'innovation est certes un thème qui anime les esprits dans la filière FSC, mais au fond pas plus qu'ailleurs, peut-être moins. Les chercheurs, de leur côté, ne manquent pas d'autres préoccupations. Les histoires communes entre les FSC et la Recherche et l'Innovation ne suffisent pas : un grand éloignement domine et il ne faut pas attendre

d'élan. Il nous reste donc le minoritaire, la trainée de poudre, la mise en série de singularités, le fil des cas par cas. C'est possible et ce, d'autant plus que ces mécanismes-là d'assemblage, de sérendipité, de couplage hasardeux et productifs appartiennent à la nature même des FSC.

Il existe un voisinage, une parenté entre les chercheurs et les artisans de la profession, partage de la curiosité, des passions, de l'engouement, de l'inattendu et de l'étonnant, un certain pragmatisme aussi dans les situations, un goût de l'expérience. La recherche existe déjà dans la profession, celle de l'artisan. Et le chercheur lui-même n'est pas si loin de l'artisan. Il n'est pas sûr que ces deux mondes soient si étrangers l'un à l'autre, mais une fois les voisinages possibles reconnus, la solution passe plus par les intérêts propres de chacun, non par un bien partagé, mais par des échanges et des trocs possibles. Qu'est-ce qui intéresse les uns et les autres ?

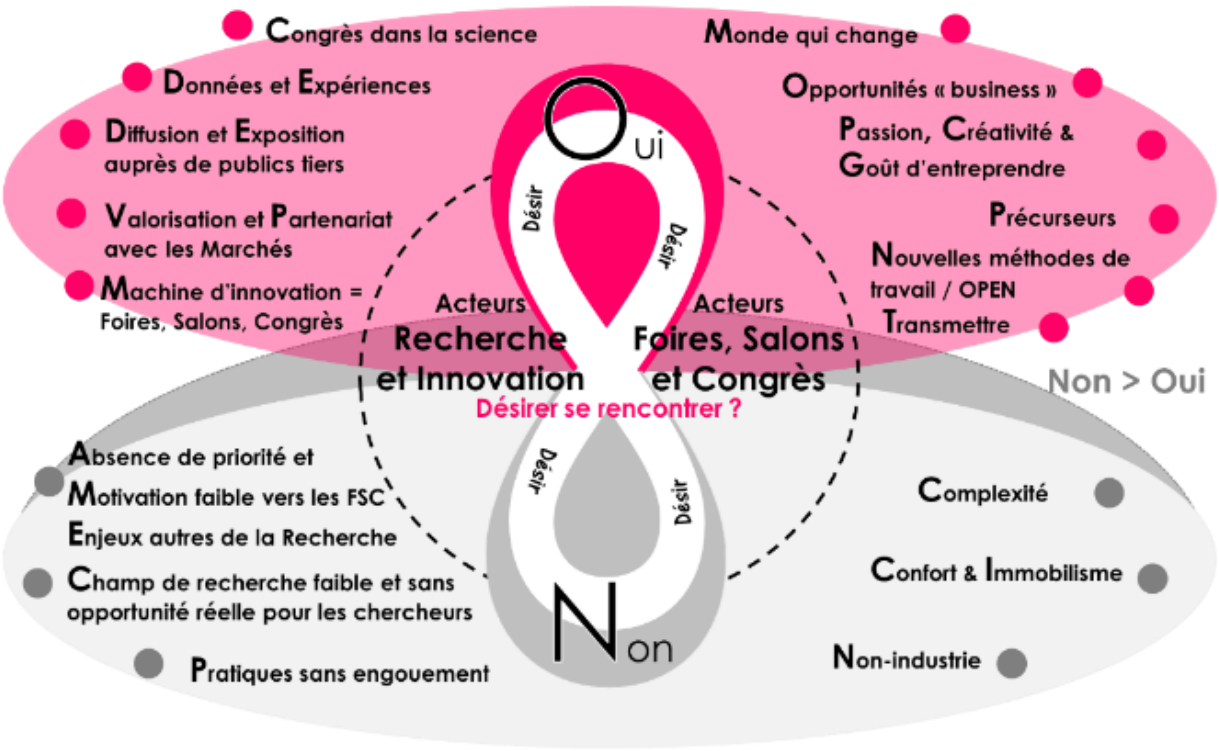

Fig 8. Schéma récapitulatif des éléments favorables et défavorables à une Recherche et Innovation dans les FSC du côté des professionnels des FSC et de celui des acteurs de la Recherche et de l'Innovation

Ce que nous apprenons finalement en découvrant les inerties de l'absence de désir et les quelques feux en pointillé et minoritaires, qui pourront initier des mouvements, c'est la nature de marge, de contre-position de la question du pli entre la Connaissance et les FSC aujourd'hui. Cette contre-position, cet écart n'est pas contradictoire avec la nature même des FSC, ou en tout cas avec l'une de leurs puissances possibles d'être des « hétérotopies »[1], en reprenant le concept énoncé par Michel Foucault. Plus exactement, les efficaces des FSC passent par leur nature hétérotopique de contre-espaces et de contre-temps. Les FSC deviennent hétérotopiques par leur articulation avec la Connaissance, dans notre société complexe de la Connaissance. Et c'est leur rôle aujourd'hui de devenir des espaces différents par ce biais. Peut-être ne faut-il rien attendre d'un désir énoncé, grande cause qui conduirait à un faire et à des nouvelles pratiques, mais plutôt saisir comment cela peut se produire, de manière autre, dans les pratiques et dans le tissu des intérêts concrets des acteurs. Il sera utile alors de mieux connaître les pratiques créatives des professionnels des FSC.

[1] Au cours de ce travail nous découvrons aussi combien la notion d'hétérotopie foucaldienne peut être utilisée dans l'entrepreneuriat et les pratiques managériales d'organisation (BAZIN Y., NACCACHE P. 2016) ce qui donne un motif de plus de rapprocher les pratiques des entreprises (tout comme dans le cas de la montée du Knowledge Management) d'une utilisation des FSC et évidemment de rêver que ce motif soit plus clairement identifié autant par les professionnels de l'évènement que par les managers (voir ANNEXES : Réflexions sur les fonctions hétérotopiques des Foires, Salons, Congrès).

III. La créativité des professionnels des Foires, Salons et Congrès : manières de chercher et d'innover

Le collectif éclaté de la filière peut tenter d'aller chercher ailleurs la volonté et les moyens de s'investir dans une Recherche et Innovation. Mais avant de céder aux sirènes, et parce que les pratiques recèlent peut-être des voies de collaboration avec les acteurs de la Recherche et de l'Innovation, il s'agira ici de saisir, à partir des entretiens et de notre expérience, ce que la profession peut en termes de créativité, en termes de manière de chercher et d'innover.

Même si nous avons pu voir dans le chapitre précédent que le désir de recherche ne faisait pas florès, cela ne veut pas dire que des pratiques de recherche n'ont pas lieu, sous un autre nom, sous une autre forme, sans se dire et sans se reconnaître. Cette partie sera consacrée à ses pratiques en dehors de celles d'études et d'enseignements produits par des acteurs de la filière et des pouvoirs publics que nous aborderons dans la partie suivante.

Une manifestation s'élabore dans l'ombre et s'expose en pleine lumière. Le monde du spectacle le sait aussi, ce qui est sous la scène ne se voit pas. La fabrication avance dans l'obscurité. Et la profession des FSC est un patchwork de métiers et de professionnels à peine unis, souvent de petites entreprises, qui éclairent seulement, dans la course de leurs urgences, le travail à court terme. Ils méconnaissent souvent les savoir-faire et les pratiques de leurs voisins.

Construire une Recherche et Innovation implique l'autonomie et l'audace de penser et de faire des professionnels eux-mêmes. Et sans cette condition, les ponts, les relations les échanges avec d'autres chercheurs et d'autres savoirs du dehors ne seront même pas des rêves.

Il faut donc creuser pour trouver les puissances de recherche au sein de la filière, pour découvrir ce que la profession PEUT.

Le premier pas dans les mécanismes de la créativité au sein de la filière des Foires, Salons et Congrès portera sur une description de la méconnaissance des pratiques, des hommes et des innovations. Le second s'attardera sur le passage indispensable

de toute créativité par les cas concrets de situation et de commande. Il s'agira en quelque sorte d'ébaucher l'analyse de la machine créative. Un troisième se concentrera sur les puissances culturelles des Foires, Salons et Congrès et sur le rôle de levier des engagements des hommes, à la fois dans leurs arts et au-delà pour une finalité, un sens de leurs actions, qui dépasse ces dernières, mais qui les rend possibles. Un quatrième décrira le développement des dispositifs de paroles à l'intérieur de l'activité et l'appel à des expertises tierces. Le dernier pas interrogera les leviers externes d'innovation que sont les transferts technologiques et l'intégration de démarches normatives de gestion.

A. La méconnaissance des pratiques de créativité

Des entretiens menés auprès des professionnels apparaît qu'un des grands obstacles au développement de la Recherche est la méconnaissance des pratiques, des savoirs, des efforts permanents de recherche et d'innovation au sein même de la filière des FSC. La filière n'a pas assez de fil, de continuum qui relie les choses et les hommes les uns aux autres et qui ainsi transforme les inventions en innovation, transmet les cartes de voies claires. Le seul continuum possible est celui de la parole et d'une forte culture orale. Mais la filière se parle-t-elle assez ?

Nous allons là franchir notre première étape, avant même d'entrer dans les mécanismes de la créativité parmi les professionnels des FSC. Cette première étape est composée de deux parties. La première décrit le rôle décisif des hommes dans toute recherche et innovation à venir. La deuxième partie relève la méconnaissance des recherches et des innovations au cœur de la filière.

1. Tout commencera et finira avec les hommes

La profession des FSC reste jeune. Les premiers professionnels atteignent aujourd'hui à peine la retraite. Si les temps changent - les concurrences, les rationalisations, les refroidissements de l'industrialisation, du marketing et de la finance-, un âge d'or des FSC donne encore de son ombre. Le passé des FSC n'est pas une figure figée, mais un mouvement tonitruant, matériel et vivant d'une profession qui s'est faite toute seule en deux ou trois décennies. Les gens se parlaient mais s'écrivaient peu. Les aventures et les acrobaties pour faire naître les manifestations ne sont que dans les mémoires.

Chacun a cherché et trouvé, fabriqué et inventé, loin des yeux souvent. C'est l'une des raisons pour lesquelles le désir de transmission est si fort. Cela peut disparaître sans laisser de traces.

Il s'agit aujourd'hui de se donner les moyens de recueillir les voix, de rendre explicites les vastes trésors des pratiques d'artisans. Comment se souvenir de ce qui partira ?[1] Les progrès des FSC ne sont pas seulement (et peut-être pas tant) du côté des technologies, mais de celui des mécanismes humains et sociaux. Cela pourrait être une tâche essentielle d'une Recherche dans les FSC : prendre en compte cette proximité des proximités, construite avec les hommes et leurs amitiés. Elle pourra tenir cette fonction d'enregistrement et de capture du réel de la filière.

Il n'est pas rare d'entendre un professionnel de la filière rappeler que ce qu'il fait est bien un métier : « c'est un métier », comme si cela pouvait ne pas l'être. Cela s'ajoute à l'urgence déjà pressentie : « Notre métier n'existe pas vraiment parce qu'il n'y a pas de recherche, on trouvera cela dans toutes les industries, nous ne serons un métier qu'avec notre R&D »[2] . La Recherche peut devenir donc une condition d'existence des métiers et des savoir-faire.

2. La recherche et l'innovation dans la profession restent méconnues.

Comment la profession cherche et innove ne se lit pas dans les livres, ni dans les schémas ou les catégories de pensées habituelles de la profession. Personne ne loue ou n'encourage, ne sait même qu'il y a bien eu de la recherche, des essais, des ratés, du temps passé. Et la conscience est moindre encore qu'il pourrait y en avoir plus, de manière plus structurée et plus investie, avec des effets bien plus importants encore pour le processus d'innovation. Un salon en France[3] porte depuis à peine quelques années l'énoncé d'un « Salon de l'innovation et de la création événementielle », et encore ne se concentre-t-il d'abord que sur les technologies des prestataires. Le sujet

[1] « A l'époque, (…), les gens se parlaient, des réunions étaient prévues pour que les gens se parlent et s'arrangent. Ça commençait par ça : le traçage au sol. Des gens pensent comme cela, Mais est-ce que les gens iront jusqu'au bout, les gens aujourd'hui passent du coq à l'âne, sans aller au fond des choses. » F. PDG, prestataire

[2] A. Directeur de Recherche, Sociologue

[3] Salon Heavent, annuel, Portes de Versailles, fin novembre

de l'innovation (pas celui de la recherche seule) est au nombre des interrogations de la filière, même son urgence n'est pas à l'ordre du jour[1].

La recherche est loin (« La recherche, c'est peanuts », « ce n'est pas la priorité » [2]) et pour être acceptable, doit être « appliquée ». L'innovation, peut-être plus proche du pragmatisme quotidien, reste elle-même peu perçue. Il existe bien le cas du marketing, il reste rare au fond dans la profession, en tout cas dans ses dimensions d'études et de stratégie.

Les professionnels reconnaissent toutefois qu'au-delà des jugements, la filière et la Recherche ne se rencontrent pas : « déjà les professionnels ne rencontrent pas le monde de la recherche. Il pourrait y avoir de la recherche dans les FSC, mais il n'y en a pas. »[3] Les jugements peuvent devenir caduques par le seul effet des rencontres : sans doute est-ce là le coup de dés qu'il est nécessaire de créer pour qu'une recherche dans les FSC soit possible.

B. L'innovation dans la profession est peu perçue

Si le combat peut paraître moins rude pour l'innovation que pour la recherche, il doit pourtant avoir lieu. Si nous essayons de schématiser une perception de l'innovation dans la filière, en suivant les trois grandes sources, les sites, les prestataires, les organisateurs, seule l'innovation chez les organisateurs semble porter une valeur qui la place à la hauteur de la filière. Les innovations sur les sites sont assez faiblement intégrées à la lecture de l'innovation dans la filière. Et le grand ensemble hétérogène

[1] En 2007, l'Institut für Messewirtschaft de l'Université de Cologne, a collaboré avec le cabinet de consulting Deloitte pour la production d'un rapport sur l'innovation dans la profession : « Alles neu – Wie innovative sind deutsche Messegesellschaften ? » Comment les entreprises de Foires d'Allemagne sont-elles innovantes ? La priorité du sujet aux yeux des experts de la profession est bien énoncée, toutefois la conclusion s'intitulera : « Der frische Wind ist derzeit eine leichte Brise », « le vent nouveau est encore aujourd'hui une brise légère », http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Germany/Local%20Assets/Documents/de_CB_R_InnovMessegesellschaften_070109.pdf). En 2020, l'alarme est plus audible, sans tempête malgré tout.

[2] Une personne importante dans la profession en France, à l'échelle d'instances représentatives. Mais nous avons aussi reçu des échos qui allaient dans le même sens à l'échelle internationale.

[3] R. DG organisateurs de salons professionnels

des prestataires, avec leurs savoir-faire, leur créativité ne transperce pas non plus, encore moins, le brouillard des perceptions de l'innovation.

L'idée d'innovation est d'abord technologique. Le professionnel garde au fond une haute idée de l'innovation qui l'éloigne de ses propres pratiques qui pourraient être évaluées innovantes : « Je ne comprends pas, pour moi l'innovation, c'est par exemple le moteur à hydrogène. »[1] A la limite, seules les infrastructures, en dur, les bâtiments peuvent relever éventuellement le défi et être porteuses de réelles innovations. Or c'est encore à peine le cas.

Si Innover a un sens dans la profession, c'est celui de créer des manifestations. « Tu ne peux pas chercher pour chercher, si t'es bon, t'inventes le salon[2] ». Créer un événement là où il n'y en avait pas, voilà la vraie démarche innovante. La forme et les techniques de l'événement créé n'ont pas besoin d'être nouvelles ou innovantes en tant telles. Une fois passée la strate de la création de l'événement, les phénomènes plus formels et techniques d'organisation apparaissent, par exemple sur les formats, la communication (identité créative, moyens déployés), l'architecture globale des lieux (même si reste mystérieux la faible priorité donnée à l'architecture et à l'urbanisme des manifestations et leur rôle-clef dans les transformations possibles).

Le cas du digital. Le digital garde une place à part, il est en quelque sorte partout et nulle part : nulle part, parce que le monde des FSC est loin d'être le plus rapide dans l'intégration du digital dans ses modes de production ; partout, parce que les technologies numériques, internet, les mobiles, la gamification, les objets connectés, font partie des principaux changement dans les pratiques, dans les process d'organisation et de services, dans les nouvelles offres de médiation, dans l' « augmentation de la réalité » in situ et parce qu'elles impliquent une prise en compte dans les infrastructures mêmes qui sont exploitées pour les événements. Un des apports du digital aujourd'hui est qu'il s'immisce dans chaque segment de production des événements et que, se faisant, il les rend visibles. La plupart des débats sur

[1] M. DG, organisateur de salon

[2] La suite : « Il faut que tu aies un nez de cochon truffier pour intuiter. » (J. Vice-Président de CCI, spécialiste de la grande distribution)

l'innovation dans la profession tourne largement autour du digital et des technologies afférentes[1].

Ingénierie financière. A la frange des énoncés sur l'innovation, il est intéressant de noter ceux sur l'ingénierie financière[2]. Elle est plus facilement citée dans l'organisation de congrès, parce qu'elle appartient aux modalités de service que peuvent proposer les PCO (partage de la prise de risque et des bénéfices, gestion de trésorerie, gestion administrative, montage des financements, …). Elle peut être une incise dans un raisonnement plus large qui apparaîtra sur les évolutions des business model dans la profession. Elle fait aussi écho aux mécanismes, là encore peu évoqués mais fondamentaux des formes de partenariat public-privé entre les collectivités, les constructeurs, les exploitants.

La technique n'appartient pas à la langue commune de la profession. Entre les deux domaines des sites et des événements, celui des prestataires et leurs innovations en termes de prestations n'émergent pas. Et cela est assez paradoxal dans la mesure où les prestataires, c'est-à-dire au fond la quasi-totalité des métiers de la profession, rassemblent de très nombreuses initiatives innovantes. Cette confusion de la partie dans le tout cache une sorte de méconnaissance des métiers au sein de la profession, qui ne permet pas d'identifier et de percevoir les lignes d'évolutions techniques et leurs apports.

[1] « L'innovation ? On sera dans l'innovation : outils, les technologies digitales, audio-visuelles. » (E. Responsable d'école avec un enseignement sur l'évènementiel, et ex. Directrice marketing dans l'évènementiel) ; « Les nouvelles technologies montrent une manière de transformer les salons, avec des effets de contamination. » (F. Professeur d'université, Directeur de recherche, sociologue) ; « La technologie. Evolution de l'impact du congrès, les abstracts étaient simples, un livre, maintenant on est sur un impact des publications très important : CD rom, puis clef USB, puis programme dynamique en ligne (…) » (F. DG d'une agence PCO – Professionnal Congress Organizer)

[2] « Le centre de congrès peut avoir un rôle de facilitateur des congrès en donnant les moyens humains et financiers pour initier le mouvement. On a, par le passé, déjà proposé des solutions : Investissement et partage des bénéfices, notion de capital risque comme dans le monde de la création d'entreprises, avec un bordage juridique solide, recherche de sponsors (…) » (P. DSI d'un Parc des expositions et d'un Centre de congrès, ancien chercheur lui-même).

Enfin apparaissent tardivement des références aux innovations en termes de structuration de la filière. Comment les entreprises innovent dans leur organisation et leur croissance en se plaçant sur des business model d'assemblage de métiers de la filière, d'internationalisation, d'articulation ou de réarticulation avec des métiers culturels (presse, édition), de développement de partenariats commerciaux ? Comment les destinations développent des coordinations de leurs acteurs, investissent, multiplient les initiatives de marketing territorial ? Comment se sont transformés les contrats de Délégation de Service Public, les mécanismes de gestion public-privé, les schémas de régies publiques dans la gestion des sites ou de grands événements ? La vision d'ensemble manque.

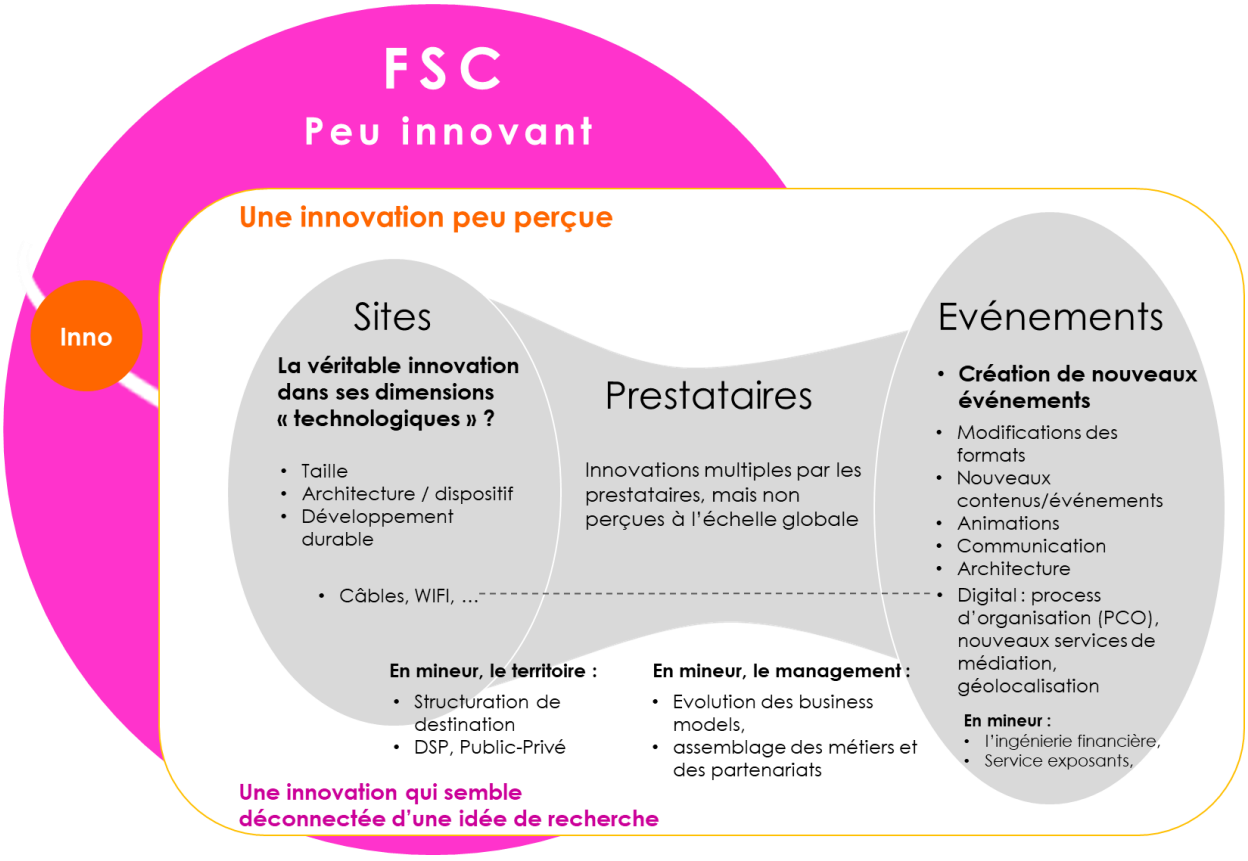

Fig 9. Schéma de perception de l'innovation au sein de la filière des FSC

Le champ des innovations est extrêmement large. Le process de production des événements n'est pas linéaire, mais tentaculaire, multipliant les branches, les origines, les mécanismes. Le rôle des hommes est fondamental et il doit se mesurer aussi bien à l'échelle d'organisation que d'individualités. De la vie et des pratiques des hommes, jusqu'à l'ensemble des innovations produites, règnent une certaine obscurité, un

manque de langue commune, ou simplement une insuffisante circulation des mots et des choses de ce monde des FSC.

Gardons de tout cela l'idée simple que les innovations ne manquent pas tant que cela dans les FSC et que l'enjeu principal est de les rendre perceptibles.

C. Le c(h)as du cas : Cas et Innovation

La créativité dans la profession des Foires, Salons et Congrès est bien présente, mais elle s'exerce dans un vaste plan en morceaux. Il est en effet quasi impossible d'imaginer une recherche dans la profession sans la rattacher à une situation donnée, à un cas de sa pratique, une prestation dans une manifestation ou la manifestation elle-même. La recherche ne s'approfondit pas en dehors des gonds qui la rattachent au terrain, à la réalité. Il s'agit, dans cette partie, de s'attarder sur ces cas qui conditionnent la créativité et la recherche des professionnels des Foires, Salons et Congrès. Il nous faut passer dans le chas étroit d'une casuistique pour saisir les coutures possibles entre les pratiques de terrain et une dynamique de recherche et d'innovation.

Nous franchirons trois étapes :

- La première nous permettra de définir comment chaque cas ne reste pas dans ses seules limites ;

- La deuxième traitera de quelle manière les professionnels exercent leur recherche et leur créativité, toujours par le milieu d'une situation et sous les conditions d'une commande d'un client ;

- Enfin, la dernière partie est dédiée à une description d'un certain art de la vitesse, qui rend possible l'exercice de la créativité.

Ces étapes rendront peu à peu visibles des voisinages avec une démarche et des manières de chercheur. Les connivences apparaissent ainsi possibles.

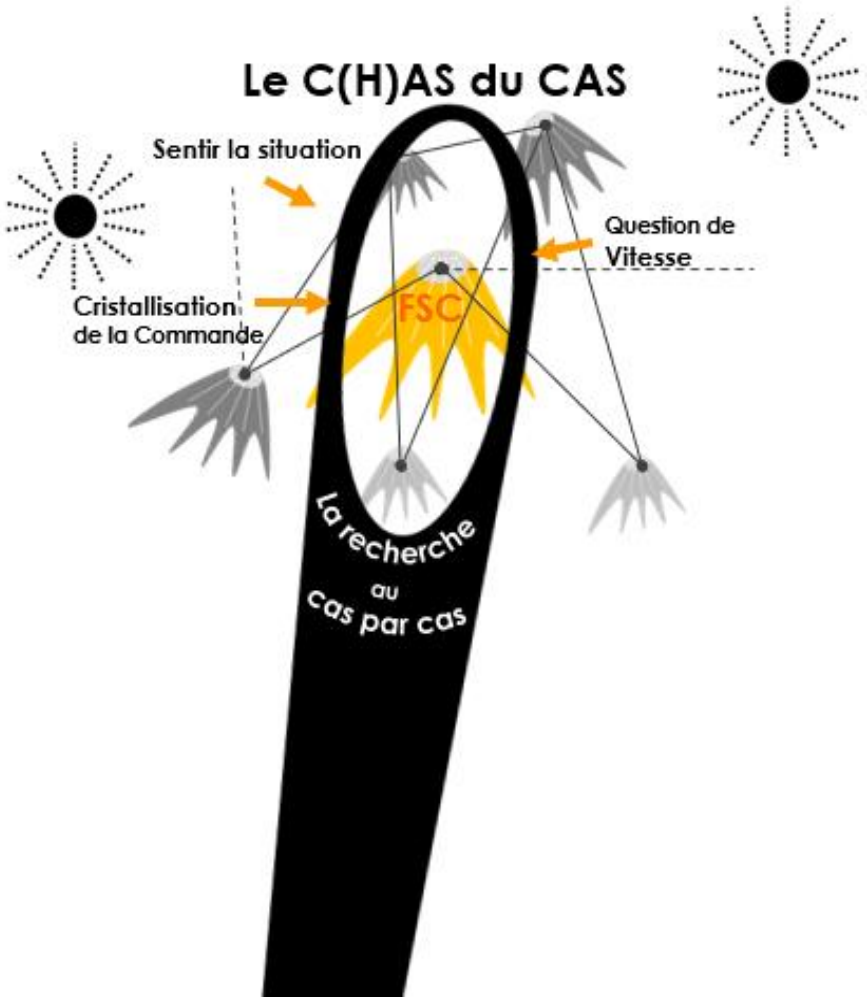

Fig 10. Le C(h)as du cas

1. Préparation à une casuistique dans les foires, salons et congrès

Il semble impossible d'envisager un quelconque chemin de recherche dans les FSC sans passer par les cas particuliers de l'exercice des savoir-faire. La recherche dans la profession sera donc, d'une manière ou d'une autre, au moins en partie, un examen de ces cas, une sorte de casuistique : casuistique des manifestations et des situations

qui y ont lieu. Cette casuistique formera une grande toile de cas qui sont liés les uns aux autres par ces mécanismes de séries, d'encastrement réciproques, d'imbrications de nombreuses dimensions.

Pour essayer de représenter cette « toile casuistique », nous allons nous placer à l'échelle des manifestations, des cas-manifestations, qui constituent une échelle facile d'appropriation de l'activité de la filière par les professionnels et de leur mode de mises en relation les uns avec les autres, au travers des enjeux de cultures de la profession et de mécanismes de répétition.

Chaque cas de manifestation emporte sa nappe Territoire-Contenu-Média (le territoire dans laquelle elle a lieu, le marché ou le champ d'activité qui en constitue le contenu, sa fonction de médiatisation), pouvant résonner elle-même, selon son envergure, bien au-delà sur les grands enjeux de l'économie, de la société, de la planète et du temps. Elle emporte cette constellation avec elle, qui sont autant de lignes de développement, de champs de causes et d'effets de la manifestation.

Chacune des manifestations réalisées est l'occasion de l'expression des deux grandes cultures sédentaire (plutôt chez les gestionnaires de sites et l'ensemble des acteurs des destinations) et nomade[1] (plutôt chez les prestataires et certains organisateurs) qui permettent des approches et des conceptions sur un spectre large. Ces deux grands schémas offrent un jeu de l'un dans l'autre, de batailles ouvertes de relations, de mécanismes de pensées, d'idées, de cadre et de décadrage, de repères et de lignes de fuite, d'habitation et de voyage. Ce jeu sédentaire-nomade au cœur des pratiques n'est pas toujours énoncé, mais existe au quotidien des pratiques.

Enfin l'expérience des FSC est fondamentalement placée dans des séries, résonnent avec des cas multiples. La fidélité est au cœur des pratiques des professionnels de la filière - Ils reviennent sur une manifestation, accompagnent leurs clients, pratiquent

[1] La culture sédentaire se définit sur les bases de la centralité territoriale, la forme contractuelle, les délégations de service public, la gouvernance, la structuration du bâti et des infrastructures, une logique qui va des objectifs généraux au plan d'actions. Elle est surtout présente chez les gestionnaires de sites et l'ensemble des acteurs des destinations. La culture nomade prend ses sources, elle, dans la rencontre de la situation, l'accompagnement d'une réalité changeante, des jeux de forces, des formes et des manières construites en relation avec une matière et un contexte. Elle sera très présente chez les prestataires, chez certains organisateurs, dans les marchés qui déplacent leurs frontières sans cesse.

plusieurs salons dans le monde sur le même marché – et la répétition est dans la nature même de manifestations qui produisent chacune leur série d'éditions, quand elles ne se dupliquent pas elles-mêmes dans le monde.

Le réseau, les réseaux des manifestations produisent donc une toile d'expériences, de mémoire, d'apprentissage, de transmission. Ils structurent de manière mouvante la culture de la filière. Chaque manifestation et la multiplicité des manifestations sont elles-mêmes prises dans une autre nappe complexe Economie-Société-Planète-Temps. La recherche aurait ainsi lieu dans une toile de cas-manifestation. Cette grande nappe serait une sorte de plan mobile, déformable et tissé de fils hétérogènes et nombreux.

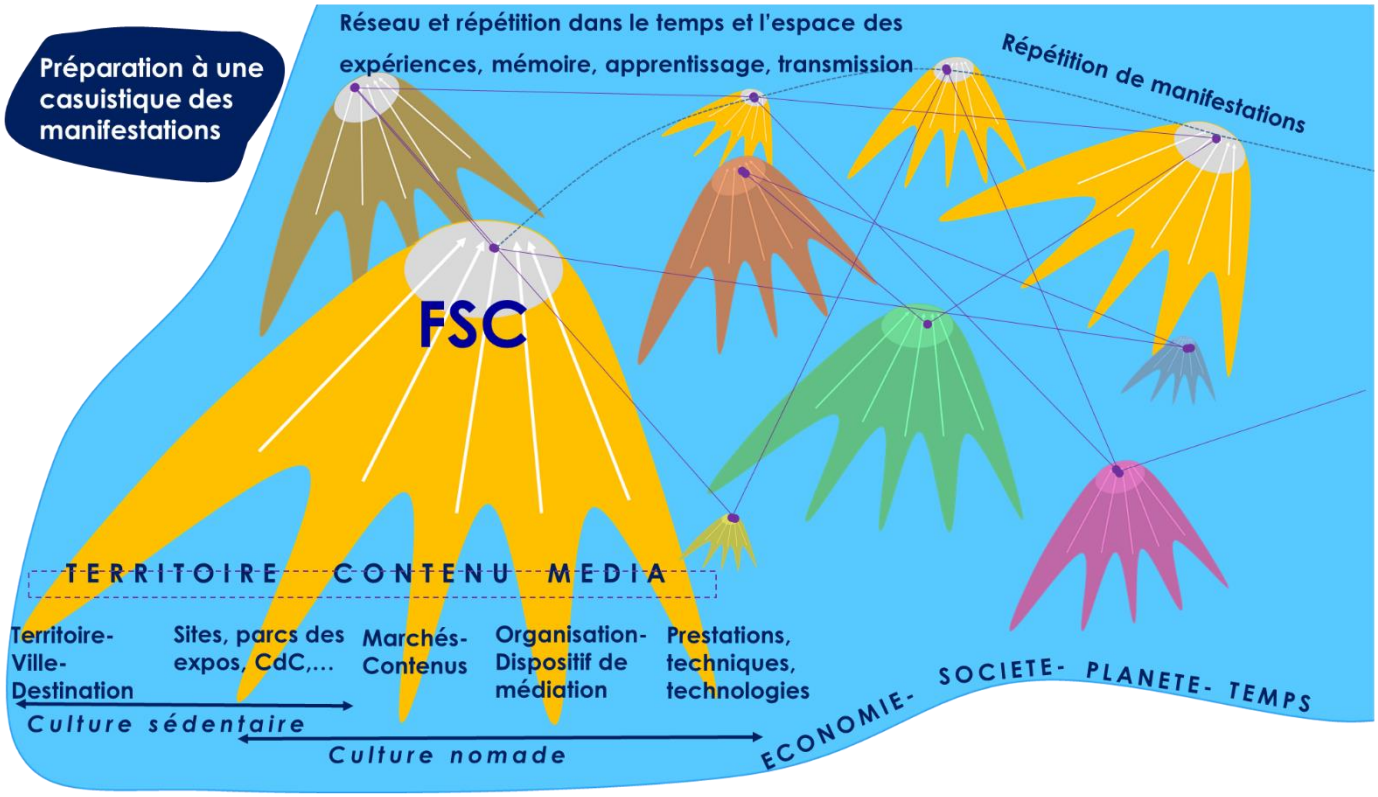

Fig 11. Schéma de la toile casuistique des manifestations

2. Esthétique du milieu et cristallisation de la commande

La créativité dans la filière provient de l'exercice de chaque manifestation et du cadre défini par la commande d'un client.

Le professionnel des FSC n'est pas d'abord dans un processus linéaire avec des inputs et des outputs. Il est au milieu d'une situation, pris dans les choses, l'espace et le temps qui ont déjà « commencé » sans lui. « D'où vient le soleil, comment se déplace les gens, comment faire avec les éléments, l'eau, la terre ? »[1] C'est une question d'une personne qui dirige la logistique et l'exploitation d'une manifestation. « Soit ça m'inspire, soit je n'arrive pas à décrocher les choses »[2]. Le développement d'une recherche ne pourra pas s'articuler à la filière FSC sans une de ses faces sensibles, affectives, intuitives, situationnistes. Et le professionnel ne peut pas s'élever et imaginer plusieurs éditions en avance. Il est nécessaire de passer par **le CHAS de la prochaine édition** avant d'envisager les suivantes. La maturation des idées se fait dans les allées, pleines, mais aussi vides, dans les relâchements de discussions passionnées avec les équipiers techniques rencontrés dans les halls, dans l'englobante réalité de la manifestation, dans les imprévus techniques, la météo, les grèves, etc…Mais ce qui est déjà là dans cette mise en situation, c'est la recherche de la nécessité. Pourquoi telle ou telle solution plutôt que telle autre ? Il s'agit bien d'être « dedans », impliqué dans la situation, d'être capable de la rencontrer pour qu'effectivement quelque chose puisse se passer : là et non pas ailleurs. Il existe une manière de suivre le fil de la réalité qui seule permet de mener à bien la production de manifestation.

Et en parallèle de la situation et de ses impératifs, la commande du client est au cœur du processus de créativité de la filière. D'une manière ou d'une autre, la profession travaille à la commande (de la situation, du client). Un « prototype » ne s'invente pas seul dans son atelier, il est la réponse à une commande d'un organisateur ou d'un autre prestataire dont vous êtes le sous-traitant. « Le fleuriste, le prestataire ne peut exister que par le commanditaire et le cas de la commande »[3], « Ce n'est pas nous qui décidons, mais c'est nous qui faisons »[4] peut facilement dire un prestataire. Là seulement, une cristallisation est possible : l'extériorité de la décision rend possible une concentration des efforts sur le comment. L'impératif de la situation suspend tout bruit et tergiversation de la prise de décision pour libérer en quelque sorte la manière : les artisans se focalisent sur leur métier.

[1] M, directrice technique et enseignante en évènementiel

[2] Idem

[3] S, Traiteur

[4] F. PDG, prestataire

3. A la recherche de la bonne vitesse

Les professionnels des Foires, Salons et Congrès sont des artisans du temps. Et ce temps n'est pas seulement la frénésie des urgences. Il faut faire « vite ET BIEN »[1]. Dans la sagesse de la vitesse des professionnels se tiennent la création possible et, plus largement, la réussite de cette « machine à monter » le temps qu'est l'événement. Et plus profondément, les FSC forment sans doute un terrain idéal d'expérimentation des temporalités de notre époque, un terrain de recherche sur notre temps (DATCHARY 2006)[2].

Mais pour commencer, pourquoi se précipiter et faire tout, alors qu'au fond tout n'est pas perceptible dans le rendu final et qu'il est donc possible d'en faire moins et de bénéficier ainsi de plus de temps ? Le « rendu » n'explique pas la fabrication. Il existe donc un flottement possible entre la perception finale par les participants et le niveau d'exigence de la fabrication. Mais le manque de finition finira au fil des éditions par se voir, par être vécu par les équipes, par peu à peu montrer les traits de l'affaiblissement. Le professionnel est conscient à la fois du temps court de la situation et des effets dans le temps, au moins ceux des progrès lents du déclin ou de ceux qu'un travail inachevé provoquera dans la mémoire du rendu final.

Il existe donc une bonne vitesse à trouver pour achever son travail. Le savoir-faire implique un certain art de la vitesse. Cette vitesse doit inclure à la fois l'échéance de la manifestation, et la coordination avec l'ensemble des corps de métier, le travail collectif, la vue des détails, la recherche de solution et son exécution. C'est une vitesse athlétique, qui demande de l'entraînement, de la préparation. N'importe qui ne peut pas atteindre cette vitesse. Il s'agit plus précisément d'un complexe de vitesses, urgence, temps morts, ralentissements, bifurcations, rythmes, directions diverses, dans lequel la capacité de mettre en rapport ces vitesses est un art. Même si cela pourrait faire sourire la modestie des professionnels, il existe dans ce métier une « sagesse de la vitesse ». L'enjeu de cette vitesse est de « faire », de produire. Et le combat est de

[1] idem

2 Nous pouvons citer les travaux de la sociologue Caroline Datchary sur la dispersion au travail, qui étudie notamment le cas des salariés des agences événementielles (DATCHARY 2006)

plus en plus incessant pour défendre son temps de fabrication. La bonne vitesse ne s'obtient donc qu'avec la lutte contre les raccourcissements des délais, contre les décisions changeantes ou tardives, contre les manques d' « agilité » et de « réactivité». Elle n'est pas possible sans que les gens se parlent et la création d'un collectif, même transitoire le temps d'un montage.

Une grande part de la recherche et de l'innovation à venir sera sur le développement et l'évolution de l'art de la vitesse : comment faire vite et bien en toujours moins de temps ? Comment aussi créer la culture de la valorisation du temps, pour rendre perceptible son importance et sa place dans les dispositifs de production ? Car il ne s'agit pas seulement de se battre pour un peu de temps en plus (ou moins de temps en moins !), mais aussi de penser ce que le temps vaut.

Il s'agit aussi du temps même des manifestations. Cette question n'est pas seulement une question de production, elle est directement corrélée à la nature même de l'événement produit, à l'importance ou pas de ce qui va se passer, à ses manières de durer, de faire exception, d'intensifier des expériences, de s'inscrire dans les jeux du passé et de l'avenir. Les manifestations deviennent des sortes de « machines à monter le temps ». Et l'art de la vitesse dans la fabrication des manifestations aura, par ses réussites, des effets dans le temps des filières et des communautés où elles existent, y compris donc dans celles de la recherche.

Au fond la profession travaille à trouver le temps opportun ou l'opportunité dans le temps qui arrive. De ce premier parcours, il fallait aussi trouver des ponts avec la Recherche, avec les pratiques des chercheurs, avec les sciences. Les mises en séries de la toile casuistique, la créativité intuitive dans les situations, les contre-temps, lenteurs, critiques dans la vitesse sont des voies d'accès à une connivence entre les acteurs des FSC et les chercheurs. Plus nous entrons dans la substance de la curiosité, des explorations, des sens, des horizons vastes de la profession des FSC, plus apparaissent des connexions possibles, des communautés avec la recherche. Nous allons dans la partie suivante découvrir deux autres grands ponts entre les FSC et la Recherche, ceux de la culture et de l'engagement au cœur de la créativité et de la production des professionnels.

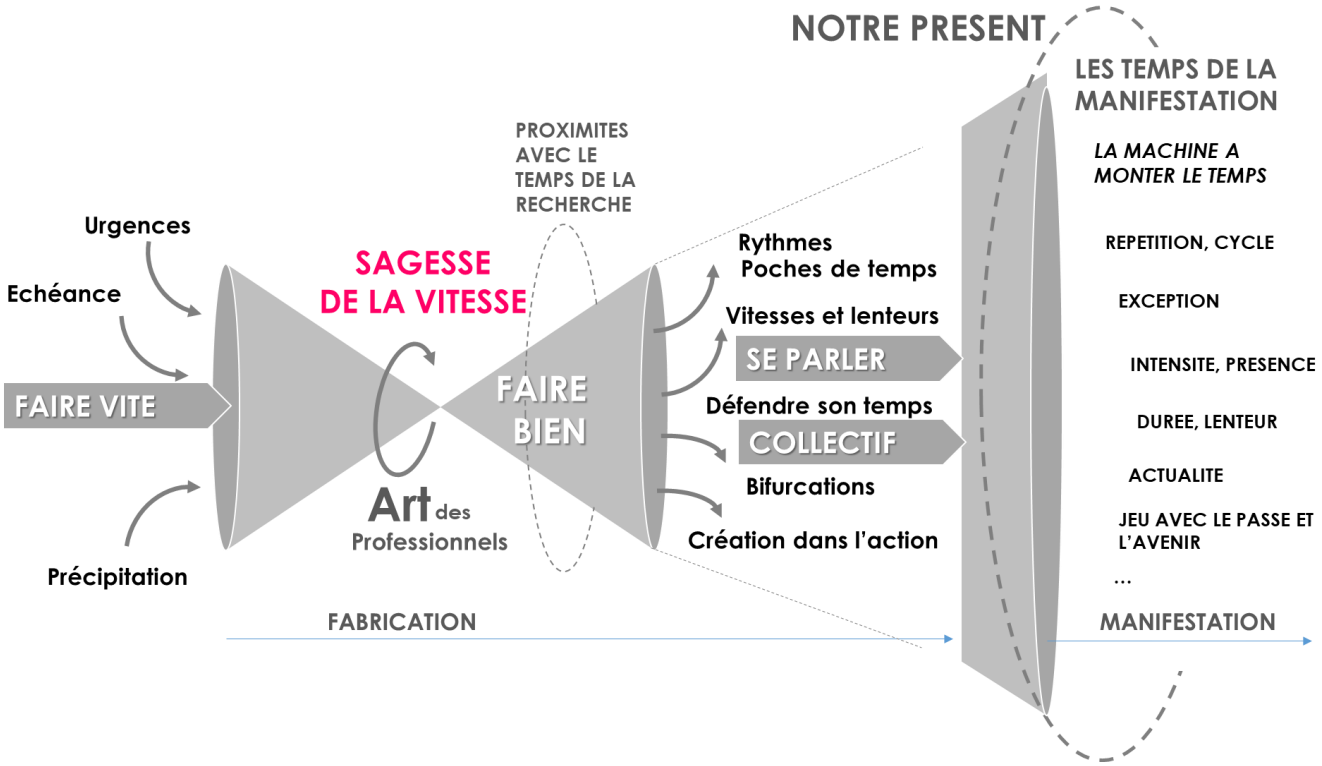

Fig 12. Schéma sur la sagesse de la vitesse des professionnels qui doivent faire « vite et bien »

D. Culture et engagement

Parmi les mécanismes de créativité de la filière, et alors que les industries dites « créatives », le rôle des cultures, l'engagement des hommes et des entreprises ont le vent en poupe dans notre économie et notre société, il est décisif de rappeler que les FSC sont des plateformes de culture et d'engagement. Et ce contexte est en partie contributeur du sentiment d'« état de recherche permanente » qu'énoncent les professionnels. Les FSC se déploient bien dans une ambiance créative. Il s'agit à la fois de l'expliciter et d'en montrer toutefois quelques limites, peut-être simplement due à une insuffisante prise de conscience de l'opportunité qu'elle porte.

1. Les Foires, Salons, Congrès peuvent prétendre avoir une culture des cultures

Les FSC croisent tant de dimensions culturelles de la société. Les puissances culturelles des FSC sont bien réelles, même si teintées parfois d'ambiguïtés.

La filière des Foires, Salons et Congrès pourraient ainsi appartenir clairement au registre des Industries créatives[1], ne serait-ce que par ses nombreux salons dans ce secteur ou leur rôle de plateforme. Et pourtant l'idée de participer à l'activité culturelle de l'économie est peu présente dans la profession, et chez ceux qui peuvent porter un regard sur elle.

L'idée, par ailleurs, qu'il existe une culture des foires n'est pas ignorée non plus, mais reste cantonnée plus dans le registre d'une tradition que d'une culture vivante et en mouvement qui appartiendrait au monde de la culture plus largement et sans le même éclat que celle des férias ou des cirques.

Au sein même de la filière, peut-on s'interroger sur l'idée d'une culture propre portée par son artisanat. Quelques fiertés peuvent s'exprimer : « Je suis un saltimbanque, mais mine de rien, nous sommes dans la culture de l'innovation permanente »[2]. Il faudrait ajouter toutes les spécificités de chaque art, de l'informaticien au tapissier, à celui de l'hôte d'accueil. Peut-être la limite est-elle que l'artisanat est plutôt culte de la modestie, d'autant plus dans un monde de coulisses, fait pour montrer les autres plutôt que soi.

La nature même des FSC construit sur les rencontres est un appel à la curiosité et à l'ouverture sur les autres cultures : « C'est la culture qui permet de s'ouvrir aux choses »[3]. Toute la créativité de la filière s'oriente bien sur « la rencontre à inventer à chaque fois »[4].

---

[1] « La question des foires est un objet de recherche qu'on n'exploite pas assez. Le monde des foire est essentiel pour la musique, l'art contemporain par exemple. Ce sont des lieux où se construisent les réseaux professionnels, où s'élaborent les nouvelles tendances du futur, exemple dans l'industrie créative, la foire du tissu de Milan : tous les grands tendanciers qui travaillent pour la mode, pour le mobile aussi, comment élaborer de nouveaux produits. (…) Avec une définition large de la culture anthropologique, celle de l'Uneso en 1982, les foires sont par essence culturelles (…)Je suis étonné que les organisateurs de Foires et Salons et les gens du secteur culturel travaillent sans lien entre eux, je serais membre de la culture, je voudrais aller sur une foire.(…) Être artiste contemporain en Inde, on ne sait pas ce que c'est, c'est sur le salon que les définitions se font. Le grand salon de Delhi, avec toutes les grandes fortunes indiennes, avec les artistes, c'est le seul espace de rencontre. Si on ne passe pas par le salon, on ne comprend pas comment se produit l'art indien. » (P. Professeur de Science de l'information et de la communication, chercheur sur les industries créatives)

[2] G. DG organisateur d'un salon industriel leader mondial.

[3] C. Directeur d'une école de design d'espace

[4] idem

Les ingrédients sont là pour faire de l'univers des FSC une grande capitale cosmopolite, multiculturelle et inventive. Nous sommes dans une grande zone d'influences, tout semble possible. Mais toutefois quelque chose reste idyllique dans une telle description et contredit une réalité qui ne profite pas de toutes ses effervescences possibles. Une carte est là à jouer. C'est très pragmatique : saisir ses propres faits et dynamiques de productions culturelles dans une économie et une société qui en font un élément-clef de leur existence. Les FSC appartiennent bien au monde de la Culture, au fond une proximité de plus avec la Recherche.

2. L'engagement comme motif de créativité

Les engagements des acteurs des FSC sont aussi des motifs de créativité, selon deux grandes lignes, celle du souci de la fabrication et de la méthode qui permettent de donner corps et formes aux idées, et celle plus morales de l'engagement pour des grandes causes, comme si la créativité et la production du nouveau se soulevaient par leur finalité et leur sens.

Nous pouvons apprendre des professionnels qu'une idée est une construction, une forme élaborée, et que tant qu'elle n'a pas la fermeté qui la laisse capable de « tenir » toute seule, elle n'est pas une idée. Cette fermeté dépend de celle même de l'esprit artisan. L'artisan peaufine, « va jusqu'au fond des choses »[1]. Il met aussi en place une organisation matérielle, une véritable armature logistique pour que l'éclat du départ tienne la distance. Une idée est une idée armée, sinon elle perd la bataille du réel. Ce sens de la fabrication pousse à la persévérance et à aller jusqu'au bout du détail, y compris avec l'audace d'affronter, comme nous l'avons déjà vu, les contraintes du temps.

Une autre source d'engagement vient cette fois-ci du dehors : celle de la finalité et du sens de l'action. La définition d'un salon, éventuellement sa création, va être déterminée par rapport à une finalité plus haute que sa seule composition, son rôle aussi dans un dispositif plus large : « Un concept au service d'une cause »[2] (qu'elle soit

[1] F. PDG, Prestataire

[2] « Un concept au service d'une cause et après je regarde comment ça se met en musique, notamment des techniques salons, mais c'est d'abord au service d'une cause, la technique des salons, d'autres types de dispositif. La cause à servir est la mobilisation des acteurs de la société civile France et Internationale (…) », et aussi : « Si ça marche,

globale comme celle du Climat ou liée à des enjeux d'une filière) qui régule les pratiques et les efforts d'invention.

Ce qui unit tous les engagements est la fidélité. Or la fidélité appartient déjà à la culture des FSC. La recherche et l'innovation dans les FCS pourront être de ce côté.

La culture et l'engagement ne sont pas des leviers de rêveurs. Les professionnels y tiennent dès qu'ils peuvent exprimer leur passion. Les Foires, Salons et Congrès constituent eux-mêmes des dispositifs sociaux et communautaires qui produisent de la culture commune, des mises en mouvement des acteurs d'un champ d'activité. Autrement dit, plus la filière sera fidèle à elle-même, plus elle s'engagera et contribuera à des productions culturelles, plus elle sera capable de recherche et d'innovation propices à son rôle de levier de culture et d'engagement pour les marchés. Il devient utile d'en prendre conscience. Le cercle est vertueux. Il peut servir la réflexion sur les stratégies futures.

E. Cercle de paroles et rêve d'équipe

L'oralité est au cœur de la création et de la recherche dans la profession. Celle-ci ne le formule pas exactement comme cela. Les plus anciens peuvent le dire, parce que, pour eux, tout s'est fait ainsi dès le début, en se parlant. La complexité des situations, la multiplicité des corps de métiers sollicités demandaient un esprit d'équipe, une communauté provisoire, au moins le temps de l'aventure.

Aujourd'hui la parole simple paraît plus anecdotique, elle ne porte pas en elle-même sa méthode, sa raison, son organisation. L'équipe qui s'auto-organisait dans la parole et l'action s'est aussi étiolée et fragmentée. Elle ne redevient plus qu'un rêve. Les organisations des entreprises ont besoin de faire bien des circonvolutions et des théories de management pour revenir à l'essentiel de la parole et de la confiance entre les individus. Et pourtant, le secret se tient là, de ce côté des échanges. Peut-être que l'ordre spontané d'hier n'est plus assez visible, il faut rajouter des formes, recréer des légitimités de prise de parole, faire des « scènes » où les mots dits

c'est parce qu'on répond à une envie collecrive, je sais me mettre au cœur de ce travail collaboratif, je sens où ça va, où est l'envie collective, alors on peut inventer des dispositifs,(…). » (S. DG agence de lobbying, organisatrice d'évènement)

deviennent actes responsables, réflexions, décisions, engagements, ouvertures, et à l'inverse où il est possible de se taire pour écouter les autres parler.

Le monde des Foires, Salons et Congrès tient de très bonnes bases de paroles, une sorte de tradition, un trésor et il est en train de les redécouvrir en développant des formes de collaboration sous forme de cercles multiples. Nous allons essayer de les décrire. Tout cela peut aussi être l'indice de la modernité des FSC : trouver des modalités démocratiques et participatifs de créativité et de management.

Il est important d'identifier cette pratique dans la filière. Elle reprend le fil des manifestations elles-mêmes, qui forment aussi des séries de cercles. Les acteurs de la filière ont-ils conscience eux-mêmes de leurs nombreuses initiatives pour créer des champs de paroles ? Il semble que non et que les initiatives des uns dans ce sens sont ignorées des autres. Les différents cercles de paroles sont aujourd'hui des foyers de recherche dans la profession. S'y loge de l'enthousiasme, le goût des rencontres, les espoirs de changement. Ils traduisent aussi une quête de « dream team »[1], d'un collectif magique qui rend possible les passages de limite, à la fois équipe qui rêve ce qu'un seul ne peut rêver et qui conduit jusqu'à la frontière de la nouvelle réalité.

A partir des entretiens tenus avec les professionnels et leurs descriptifs des modes de coopération qu'ils mettaient en place ou imaginer possibles, nous pouvons, très schématiquement, définir deux grandes séries de cercles, en fonction de leur proximité avec le fonctionnement de la filière des FSC et leur développement :

[1] « (projet) lab (NDR : nom changé par nos soins), une équipe pluridisciplinaire : patrons d'entreprises, spécialistes RH, spécialiste réseaux sociaux, patron de grosse PME, patron PME fleuriste, événementiel. La Dream team. » (D. Traiteur) ; « Travailler loin de nos bases, avec des clients hors périmètre local (..) : concept de co-élaboration, coopération avec un confrère (…) partage, le marché de Hong Kong, schéma qui me plaît, il faudra s'appuyer sur des relais d'autres entreprises. Créer une dream team pour se projeter. » (P. PDG prestataire d'Installation générale et de design de stands)

• Les cercles structurels composés de trois cercles de collaboration directement liés à la filière des FSC : le cercle de l'équipe interne[1], celui des fournisseurs et des commanditaires et celui des acteurs sur le terrain qui s'arrangent pour travailler ensemble.

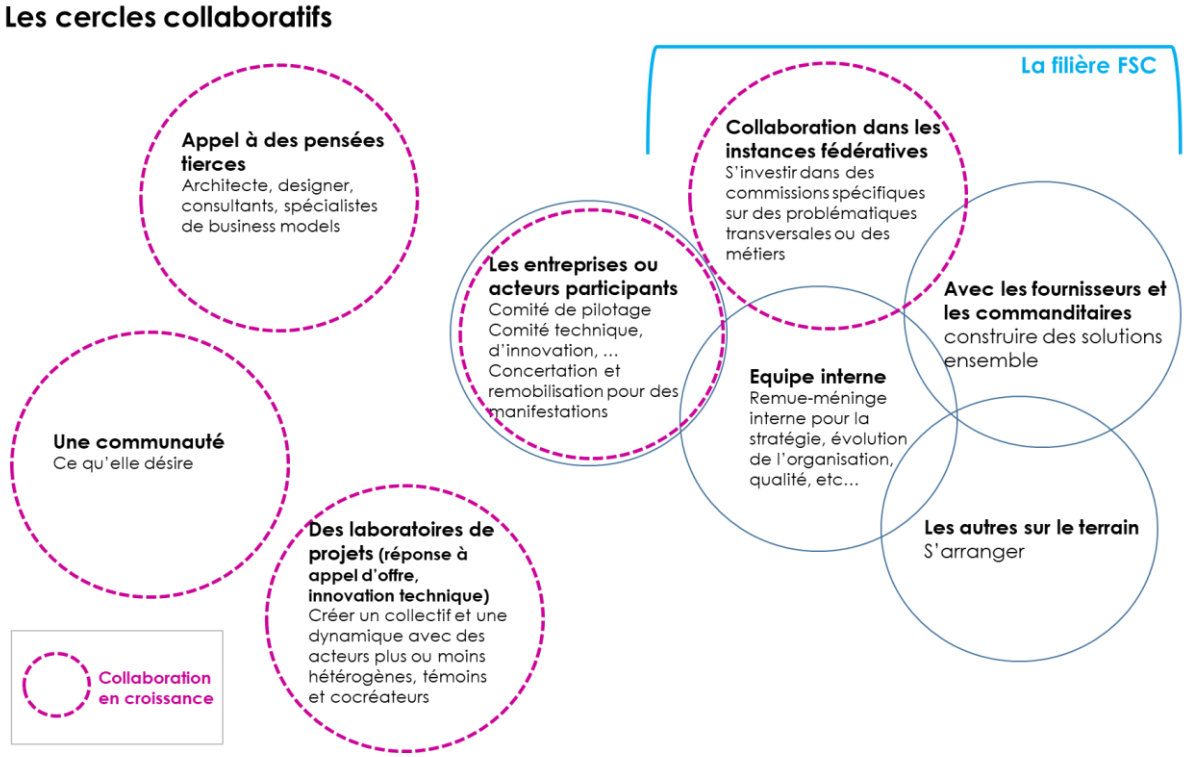

Fig 13. Les cercles collaboratifs organisés par les entreprises des FSC

Deux cercles restent encore dans la filière et connaissent une nouvelle croissance : le premier rassemble les entreprises ou acteurs d'un champ d'activité[2]. Il redevient important, surtout dans les Foires et Salons où peu à peu les organisateurs

[1] « Je passe la moitié de mon temps à réfléchir avec l'équipe, l'autre moitié avec des relais externes, des gens avec qui on développe des choses, ex : architecte, développement informatique. » (J. DG organisateur d'un salon international leader dans les industries créatives)

[2] A propos de la lutte entre les salans nautiques français et allemand : « L'industrie nautique allemande voulait bloquer les Français, les organisateurs laissaient faire, jusqu'à ce que nos réseaux de distribution en Allemagne soient assez forts. Le nouveau management de Düsseldorf (NDR : Messe, Parc des expositions) est allé voir les gros faiseurs pour leur demander ce qu'ils voulaient. Düsseldorf, géré par le Public, différent de Reed déjà en conflit avec VIPARIS. » J. Directeur marketing d'une entreprise leader et exposante dans tous les grands salons nautiques du monde ; « Co-construire les salons avec les patrons, avec une dimension stratégique. On utilise ainsi plus les facettes du salon. » (M. DG de plusieurs salons internationaux) ; « Sur l'innovation, on pourrait faire mieux en termes de précision, dans l'animation de la communauté, on fait fonctionner un éco-système sectoriel, pas seulement pendant le salon. » (V. Directrice de division dans un groupe organisateur de salons)

professionnels avaient pris le pas sur les filières qu'ils servaient et s'étaient sans doute éloignés du fond des stratégies des marchés. Le second, au sein même de la filière, provoqué par ses propres instances fédératives, grandit et évolue, pour réfléchir et contribuer aux évolutions de la filière, de ses métiers et de ses productions[1].

- Trois autres cercles, que nous qualifierons « d'extérieurs » : celui des communautés (avant même l'idée d'une manifestation), celui d'experts d'autres univers convoqués pour des réflexions stratégiques, celui de collectif d'acteurs hétérogènes pour réfléchir et défendre un projet par exemple une réponse à appel d'offre ou une nouvelle innovation technique[2].

L'oralité réapparaît après s'être en partie effacée. Elle réémerge aujourd'hui via la prolifération des cercles comme méthode, et le développement de cercles qui incluent des personnes extérieures à la filière. De l'ensemble de ces cercles, les traces sont encore rares.

Le management de réunions appartient au savoir-faire de la filière des FSC. Ces cercles collaboratifs sont donc au fond des moments de retour sur soi de la profession. Et la tendance à leur développement possède aujourd'hui assez de consistance pour devenir un levier de l'évolution de la filière. Cette dernière retrouve là une force originaire, celle de la parole, qui est aussi ce qui est au cœur de son rôle dans notre économie et notre société : créer des scènes de paroles[3] et de conversations.

---

[1] « Le meilleur moyen : participer aux commissions de la fédération, sortir de son bureau pour trouver les idées du siècle. » F, DG d'un Parc des expositions et organisateur de foires et salons

[2] « Projet21 (NDR : nom modifié) a fait des événements, des incursions dans les salons. Ils lancent une communauté de communicants, cette communauté va s'autoprogrammer pour progresser. » (D. Vice-président de CCI, engagé sur des projets d'évènements) ; « La structure universitaire, mais pas seulement : architectes, designers, etc » (F. Ex-DG de Parc des expositions, de Centre de Congrès et d'oragnisation de foires et salons, et ancien chercheur) ; « On avait lancé, il y a deux ans, une sorte d'ingénierie, une étude prospective pour imaginer le futur du salon, on a dû mal présenter, l'étude a été retoquée, le salon marche bien, pourquoi l'étude ? Il y a 15 jours, on a remis le sujet sur la table, « c'est maintenant qu'il faut prendre de l'avance », on est au TOP, on est à la fin de l'asymptote, la qualité est extra, financièrement, c'est la même chose, multiplication par 3 du résultat. Je veux le donner à des ingénieurs, qui font des fablabs, pas à des auditeurs (qui font de la synthèse d'interviews). » (G. DG d'un salon industriel leader international)

[3] Nous pourrions donner l'exemple des attentes grandissantes des start ups sur les salons d'y trouver des opportunités de prises de parole ou celui de l'apparition de format d'événements dont le ressort dramatique repose sur une grande

Ces cercles représentent autant d'accroches et de voies d'accès pour introduire de la recherche et des acteurs de la recherche dans la profession. Les chercheurs pourraient trouver leur place dans deux au moins de ces cercles, celui des « experts d'ailleurs », en relation avec leur propre singularité intellectuelle et celui des « participants », à condition qu'effectivement ils participent au contenu même des manifestations.

Ces cercles sont aussi les signes d'une filière qui sait qu'elle ne peut vraiment rêver qu'avec des mécanismes collectifs parce qu'ils sont les seuls à rassembler à la fois le même que soi et l'autre. L'équipe de rêve est possible sans réunir les excellences (l'élitisme-là n'est plus pertinent), du moment qu'elle rend possible l'ailleurs, le différent, l'étranger.

F. Les transferts technologiques et normatifs, et les points de fuite vers la société

L'importation de l'extérieur de technologies et de leurs innovations est-elle une limite à la créativité de la filière des FSC ? Aucune industrie produit seule ses innovations, elle imite toujours en partie ce qui se passe dehors, chez les autres. « L'origine de l'innovation dans notre métier est externe » dit un professionnel des FSC.[1][2]

Mais nous ne sommes pas dans n'importe quelle industrie. Il s'agit de celle qui expose toutes les industries et leurs technologies. Au fond aucune innovation technologique n'est étrangère à la scène des Foires, Salons et Congrès, elle y sera toujours, à un moment ou un autre, présentée. Cette connivence structurelle de l'activité des FSC par rapport à l'univers des technologies doit être un ressort important pour penser les

scène de prise de parole de « gourous » et autres VIPS (Web summit, Nordic Business Forum, …) en particulier dans le champ de l'économie des start ups et du digital.

[1] P., DG d'un parc des expositions et d'un centre de congrès, filiale d'un groupe leader mondial

[2] « Le secteur des salons va plutôt s'inspirer de changement d'autres secteurs, ex du retail. Les choses intéressantes viennent aussi des petits salons et les plus gros se les approprient après. Ex : le web summit, petit qui grandit, de 800 à 20 000 participants en 1 an. Ils disent hyperinnover en utilisant la data. Les salons doivent innover sur la data. On ne peut peut-être pas appeler cela de l'innovation. On s'approprie des innos d'autres secteurs. Ex : Retail et la gestion des flux, l'engagement physique sur place, le pricing en fonction des flux ; networking : recommander la bonne personne inspiré des dating trader, facebook ; recommandation produits ; l'expérientiel, émotion : Cela vient du Retail. Cela va être de moins en moins justifié d'aller sur un salon, donc expérientiel : APPRENDRE / SE FAIRE PLAISIR / RELATION FORTE. » (L. Directeur de l'Innovation d'un organisateur de salons)

véritables orientations de l'innovation dans la filière, pour savoir justement mettre en doute la seule prééminence de la technologie et en particulier du digital, et saisir la pertinence des mécanismes de production sociale des FSC.

Nous explorerons donc l'entre-deux étrange entre les Foires, Salons et Congrès et les technologies : là est une fenêtre pour savoir aller au-delà du technologique et innover en quelque sorte autrement dans la filière. Le digital et son imbrication avec les enjeux médiations et de conversation ouvriront la question des innovations dans le champ social. Et l'intégration des processus normatifs, type ISO, par la filière des FSC marquera aussi des zones de passages d'innovation, en particulier sur les enjeux environnementaux et sociaux. Et au bout de ce chemin apparaîtra aussi l'inverse, non plus l'importation des technologies et des normes, mais la capture possible de l'activité des FSC par la société et ses acteurs. Cette migration des FSC vers l'extérieur est aussi ce que les professionnels des FSC doivent resaisir pour penser et développer leur processus d'innovation.

1. L'entrée des techniques et des technologies

L'innovation technologique entre dans la filière qui produit elle-même, de manière transitoire, par les expositions, un mode différent d'existence des technologies et des techniques. Les technologies importées contribuent à la production de modes d'existence exceptionnels (l'exposition) des technologies en général.

Nous aborderons donc d'abord ce rapport de voisinage entre le monde de l'exposition et les technologies puis nous identifierons trois exemples de passeurs et véhicules de l'importation des technologies et de leurs innovations dans la filière des FSC.

a. Exposition et technologie

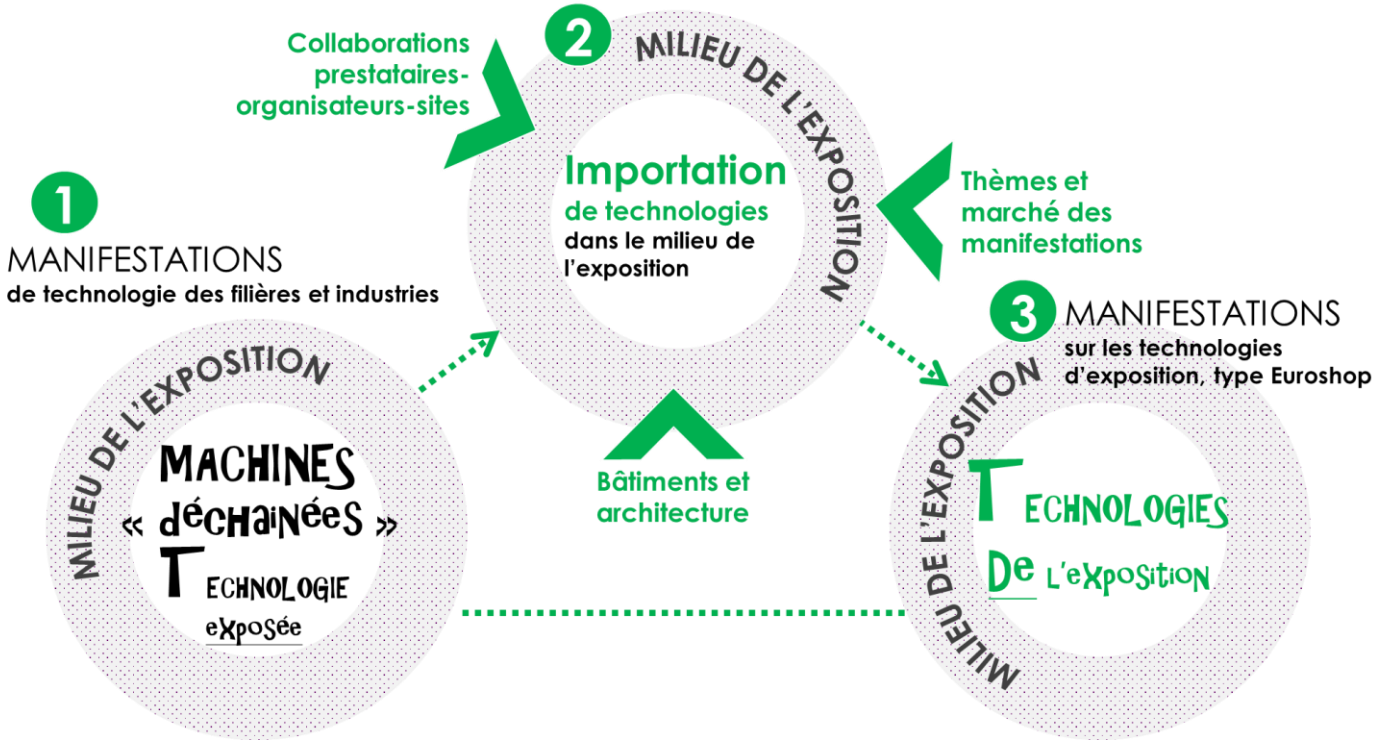

Fig 14. Schéma du cycle des technologies et de l'exposition : des technologies exposées aux technologies de l'exposition

D'une certaine manière le monde entier de la technique passe dans les FSC. D'une part, les technologies passe dans les FSC comme technologie d'exposition (technologies utilisées par les prestataires, technologies dans le bâtiment, technologies dans l'organisation[1]). Un spécialiste de l'audiovisuel événementiel pourrait sûrement nous éclairer sur les modifications colossales apportées par les nouveaux appareils dans ses prestations. D'autre part, l'exposition elle-même est un milieu des techniques et des technologies où elles sont exposées. Les machines exposées y sont libérées de leur mission de production, sorties de leurs chaînes industrielles. Elles sont « déchaînées »[2]. Et cette nouvelle mise en mouvement sera corrélée aux conversations entre les visiteurs et les participants, qui vont participer à

[1] Il faudrait se souvenir aussi des moments-clefs comme le passage des tapis coco à la moquette, l'importation des machines de fabrication chez les installateurs, pour découper, plier, coller, toutes les révolutions dans l'édition de signalétiques, mais voir aussi plus largement les nouveaux procédés acoustiques dans les bâtiments, les évolutions des techniques de maintenance et de sécurité, mais déjà nous touchons à l'invisible.

[2] Les machines sont « en vacances » à la foire.

l'évolution et à l'optimisation des machines. Les machines redeviennent des objets inachevés, en devenir dans le nouveau milieu démonstratif.

L'exposition est en quelque sorte une remontée de la technologie, un contre-courant technologique. Elle replace la technologie dans une distance où elle n'est plus totalement technologique, où elle doit encore devenir. Cela nous permettrait de comprendre aussi le mystère de ce métier des FSC qui intègre plutôt avec retard ses propres évolutions technologiques[1]. La technologie ne passe pas facilement dans son milieu d'exposition. Il faudrait étudier ces passages des technologies : technologie exposée et déchaînée dans un milieu d'exposition, l'intégration lente des technologies dans le process de fabrication de l'exposition et donc du « milieu » de l'exposition et passage de la technologie d'exposition au statut de technologie elle-même exposée dans les manifestations liées aux métiers des Foires, Salons, Congrès dans lesquelles elles sont montrées (Salon et congrès de l'événementiel, salon du retail : la filière de l'évènement participe elle-même à des salons qu'elles visitent ou sur lesquelles ses acteurs exposent). Peut-être se trouvent là, dans cette mécanique, des voies d'innovation et d'invention essentielles pour l'avenir d'une filière dans laquelle la démonstration et l'expérience sont essentielles.

Dans le jeu entre exposition des technologies et technologies d'exposition peuvent se loger les interstices qui permettent de penser les liens et les parentés entre le monde

[1] Le métier des FCS est donc à la fois un secteur qui côtoie et crée un régime spécial pour l'ensemble des technologies et qui est lui-même plutôt moins rapide dans l'intégration des technologies et des techniques dans ses process de production. Cela ne signifie pas qu'il n'y ait pas d'avancées technologiques dans la profession. Il faudrait même passer un temps long pour lister toutes les technologies qui rentrent dans le métier. Mais il faudrait ajouter un temps supplémentaire et un regard aguerri pour saisir comment se fait cette infiltration et distinguer les introductions « directes » sans modification et celles qui vont être modifiées et transformées pour devenir des outils spécifiques et pour évaluer les péripéties multiples des métamorphoses. Prenons l'exemple de la manière lente avec laquelle se sont développés dans les FSC les systèmes de « douchettes » aux entrées pour identifier les participants. Regardons de même les nombreuses péripéties qui conduisent à l'utilisation de la géolocalisation. Peut-être faudrait-il aussi étudier l'univers croissant des applications mobiles, etc..Ce qui est intéressant est justement ce retard d'intégration technologique, comment les technologies, même les plus sophistiquées, et peut-être aussi les plus exposées, qui ont déjà bien des fois fait des parcours dans le monde des FSC comme objets d'exposition, n'entrent pas si facilement dans le cœur de la machine qui créera l'apparition et la monstration. La technologie ne passe pas facilement dans son milieu d'exposition. Il existe un passage lent des frontières, en quelque sorte un temps d' « imitation », où la technologie ne peut pas simplement être « copiée » dans les pratiques des FSC mais doit être modifiée, adaptée, reproduite différemment et directement en relation avec la « situation » d'utilisation.

de l'exposition et la nature même de l'innovation dans notre modernité. Il est en tout cas possible de lire combien la question de l'innovation est au cœur même de la profession et de l'activité des FSC d'une manière assez dense et ambiguë. Nous avions déjà remarqué combien l'innovation passait inaperçue dans la profession, combien elle y était reconnue avec difficulté et combien celle que l'on pouvait à la rigueur attribuée à la profession restait dans l'ombre de l'image d'innovation plus franche et identifiable dans le champ industriel (exemple cité ci-dessus du moteur à hydrogène). L'innovation dans les FSC est dans l'ombre de l'exposition de l'innovation et celle pourtant qui contribue à donner à cette dernière sa grandeur, la lumière qui l'éclaire et la portée de son ombre.

b. Qui sont les passeurs de la technologie dans l'exposition ?

Il faudrait être plus précis : comment et par qui passent les technologies de l'extérieur ? Qui sont les « passeurs » ou ceux qui laissent passer ? Quand et où ? L'importation et l'intégration de technologies dans la filière des foires, salons et congrès sont polymorphes :

- Les premiers passeurs sont les prestataires[1], mais en collaboration avec les autres groupes d'acteurs. Les prestataires sont souvent aux avant-postes pour capter une nouvelle technologie qui pourrait jouer son rôle dans une manifestation. Mais le prestataire ne pourra rien passer sans une collaboration avec l'organisateur et/ou avec le gestionnaire de site, qu'il soit l'origine de la proposition ou qu'il fournisse une réponse à un cahier des charges et à une exigence de ses commanditaires. Ces collaborations entre les acteurs de la filière créent la « fluidité », la « porosité » à la technologie de leur métier.

- La deuxième entrée des technologies est celle créée par les participants d'un marché et leurs pratiques qui, de contenus, vont agir sur les formes des manifestations (par exemple, l'intégration des enjeux de développement

[1] « Mes organisateurs de congrès se projettent et attendent du prestataire des propositions innovantes. » (P. PDG prestataire de solutions informatiques) ; « Les innovations ? Dans les manifs, c'est la gestion des entrées, avec méthode de gestion et ça continue à évoluer. Cela vient des prestataires, mais avec accompagnement des organisateurs. » (C. Consultant dans le domaine des Délégations de Service Public) ; « Ex : douche à l'entrée développée avec le prestataire qui a avancé sous nos exigences, ça nous évite de financer toute la R&D. A travers les prestataires, c'est possible. » (J. DG d'un Salon international dans les industries créatives)

durable, de risques professionnels ou de réseaux informatiques dans les mécanismes des manifestations sur ces thèmes). Des « sauts » techniques se font sous l'effet de certaines manifestations.

- Il faudrait aussi regarder du côté des bâtiments[1], comment ils sont eux-mêmes conçus en tenant compte des techniques même du métier, les technologies qui apportent de la modularité, des atouts acoustiques, internet, de la climatisation rapide, maîtrisée et sans gâchis, des plafonds qui tiennent sans poteaux, de l'accessibilité, etc…Les bâtiments et, avec eux, les enjeux urbains, constituent des sources importantes de modification technologique de la filière des Foires, Salons et Congrès.[2]

Ces trois exemples ne disent pas tout. S'il fallait généraliser, les FSC offrent des conditions de réflexion sur l'existence la technique et ses évolutions. Et cette offre n'est pas seulement ingénierie, technique et technologique elle-même. Elle intègre une sorte de dehors de la technologie, sur les bases d'un entre-deux étrange entre l'activité des FSC et les technologies. Cet entre-deux constitue une matière créative, une zone où des choses peuvent se passer pour l'évolution de la filière FSC. Devient alors visible une de ses forces d'être une problématisation de la question technique.

2. La suprématie digitale et le renouveau de la culture fiéristique et congressuelle

Les technologies digitales ne peuvent pas être traitées comme des éléments parmi d'autres dans l'ensemble des techniques et technologies, à la fois parce qu'elles constituent l'importation la plus massive et radicale de technologie et qu'il existe un lien particulier, 'non technologique' entre le digital et les FSC, sur les bases de leurs puissances relationnelles.

[1] « La RD sur les FSC pourrait être faite sur le support, les bâtiments, les stands, le matériel, le physique. Est-ce que ce n'est pas en passant par le dur qu'on peut remonter à l'imaginaire ? » (P. Directeur de recherche en acoustique)

2 Nous pouvons citer à titre d'exemple tout le chapitre « architecture » constitutif de l'étude du German Convention Bureau en 2013 « The evolution of Germany's meeting and convention industry ».

a. Les FSC dépassés par le digital ?

Les professionnels n'ont pas d'abord aperçu qu'avant même son apparition dans le domaine public, internet était déjà présent dans les laboratoires des chercheurs depuis une dizaine d'années sans que cela ait réduit le nombre de leurs congrès. Le débat a donc été dès les années 90 entre la fin du monde, la substitution des rencontres physiques par les rencontres virtuelles et, au contraire, l'éternité inamovible des rencontres physiques, insubmersibles par nature.

Mais les FSC n'allaient pas connaître les bouleversements de la presse. La presse est d'abord un accès à un contenu sur un support, les FSC un accès à une relation dans un milieu. La profession elle-même des FSC pris dans l'ambiguïté des manifestations entre MEDIA et CONTENU ne perçoit pas facilement cette distinction. Or la réalité est bien meilleure : la révolution digitale conduit à la croissance exponentielle du vaste champ des relations, au marché des conversations (LEVINE et alii. 1999), le marché même sur lequel opèrent les FSC. Plus de 20 ans après la naissance d'internet, les FSC durent. Digital et FSC appartiennent à la même époque.

b. La vague digitale est avant tout technologique

Cette proximité FSC-Digital fut assez peu perçue : l'intégration du digital n'a pas été rapide et continue à se faire à une vitesse mesurée (niveau limité d'utilisation des moyens de communication digitale, sous-équipements des bâtiments, maîtrise limitée des offres de services digitales, faible gestion et exploitation des data[1], tout simplement faible culture digitale des professionnels[2]). Elle est toutefois considérée comme la modification majeure dans les FSC, d'autant plus visible que le paysage général des évolutions reste, aux yeux des professionnels, globalement assez plat, hormis la pression des transformations économiques et sociétales sur les marchés et les

[1] « Le salon était place de marché, c'était un lieu exclusif, maintenant, c'est le digital. (…) Le vrai sujet, c'est la data, pourvoyeur de data, le salon devient générateur de leads, puis des outils de suivi, le badge connecté, connaissance du parcours, livrer les « gens intéressés ». » (J. DG agence de communication digitale)

[2] « Beaucoup de balbutiement, déjà sur le WIFI et les applis. Comment lutter contre Amazon, quand on est déjà faible en numérique. La cassure elle est déjà là, les dirigeants ne savent pas appréhender. » P. Directeur commercial d'une start up spécialiste de géolocalisation

cibles des FSC. Cela conduit de plus en plus clairement (mais combien en-deçà d'autres filières) à inscrire l'axe digital[1] dans les stratégies des entreprises de la filière.

Les nouvelles technologies de communication ont d'abord facilité et accéléré les mécanismes de la logistique et l'organisation générale des activités avant de les modifier. Puis peu à peu l'ensemble de la machine de gestion se digitalise avec un impact sur les métiers, les compétences requises, l'organisation de l'entreprise. Il ne s'agit pas seulement d'une substitution, ni même d'une seule croissance de la performance, mais aussi d'une transformation avec un impact sur l'offre même de l'entreprise[2].

c. Mais des déplacements se multiplient du côté des enjeux de communication et de médiation

Très rapidement, au-delà de la machine interne des entreprises, la digitalisation touche les fonctions mêmes de communication et de médiation des FSC : Communiquer auprès de cibles qui appartiennent maintenant de plus en plus à la génération internet, les « millenials » (CATHELAT 2004)[3] ; Communiquer continument entre les éditions des manifestations, maintenir le lien ; animer des communautés[4]. Cette communication va au-delà d'elle-même vers des enjeux de médiation sociale et de contenus : création de plateformes[5], y compris pour des cibles purement

[1] Un des exemples les plus clairs est le choix depuis plusieurs années de MESSE FRANKFURT, un des leaders mondiaux du secteur, de s'orienter sur le digital. Son rapport d'activité « Geschaftsbericht 2013 », dès 2013 donc (mais aussi seulement en 2013), s'intitulait DIALOGE, le fil de son propos porte sur la conversation, avec une iconographie en partie inspirée des restitutions schématiques des conversations par mot-clef sur le web et une structure du rapport « horizontale » et non linéaire qui, par des sortes de liens hypertextes, renvoient les dialogues les uns aux autres.

[2] Les nombreuses études d'AMR International, cabinet de consulting très présent sur l'analyse du marché des foires et salons, insistent régulièrement sur le développement de la valeur par l'offre digitale sur les événements, avec le constat et l'annonce pour l'avenir d'une baisse des parts de revenus dus à la vente de surface. https://www.amrinternational.com/white-paper/how-to-structure-the-events-organiser-of-the-future/

[3] En 2004 lors du congrès de l'UFI au Caire, le spécialiste du marketing, Bernard CATHELAT, intitulait son intervention : LES DEFIS DU NOUVEAU MILLENIUM POUR LES FOIRES ET SALONS. Ce fut un des débuts d'une très longue série d'ateliers et de conférences sur le sujet lors des congrès et rencontres de l'UFI.

[4] « Recherche fondamentale : perception du salon, rencontre hors salon, créer des communautés." (F. PDG groupe prestataire et organisateur, avec des positions dans les instances fédératives)

[5] L'idée même que les FSC « matériels », « physiques » sont des plateformes sous le même modèle que les marchés bifaces portés par les GAFA ou autres n'effleurent pas encore réellement la profession, ni par conséquent conduit à la considération que les FSC pourraient jouer à ce titre des rôles de contre-plateformes, de plateformes de résistance, de déplacements des rapports de forces. Voir PARTIR II.B.

digitales (exemple de CINANDO [1] sur le marché du film) ; développement de nouveaux formats plus ou moins écho de la culture internet, à l'instar des speed dating ou des modes présentations courtes, « éclairs », « mini »[2], ou montée en force du thème de l'expérientiel ; changement de vocabulaire (même si l'expression « social média » n'est pas vraiment attribuée au FSC) ; transferts de solutions digitales pour les rencontres physiques, avec par exemple des mécanismes de « gamification » (transférer les jeux de rôle et les scénarii de jeux vidéo dans le réel), l'utilisation d'objets connectés, de simulation, la géolocalisation, les robots humanoïdes…; développement de l'écoute digitale des marchés (analyse des conversations, repérages des influenceurs, identifications des thèmes porteurs et des thèmes émergents, bonnes pratiques, notoriété et image de marque, à l'échelle de géographies larges et détaillées…) et d'outils d'optimisation des formats d'évènements[3].

Il n'est donc pas illusoire de voir dans la culture digitale un renouveau possible culture fiéristique et congressuelle, dont le cœur reste conversationnel. Il faudrait ajouter, parce que les débats s'enflamment toujours entre le « virtuel » et le « physique », l' « immatériel » et le « matériel » que ces déplacements peuvent contribuer au développement des évènements « physiques » et non pas provoquer une substitution[4].

[1] CINANDO, cinando.com: "Cinando was launched by the Marché du Film - Festival de Cannes in 2003 as the complete database of the attendees at Cannes. Since then, it has become the premier network offering film professionals the best tools to navigate the film industry: contacts, films, projects in development, market screening schedules, market attendees, screeners... "

[2] Un bon exemple est l'ensemble des propositions de rencontres ainsi que la revue des mots utilisés dans le salon à Toulouse de la Mêlée numérique : http://www.meleenumerique.com/

[3] Nous savons que ce terrain de l'écoute digitale et de son utilisation dans la transformation des stratégies et des formats est encore peu exploité en 2020. Il n'existe pas de prestataires reconnus dans ce domaine, à part une récente start up, bziiit, sans doute seule actrice en France et en Europe qui a su se créer un patrimoine encore unique de data sur le secteur de l'évènement.

[4] Il faudrait, pour mieux comprendre cela, se pencher sur le cas des start ups, largement productrices de technologies et de services digitaux et d'appréhender leur vision et leurs usages des « évènements physiques » : notre expérience et une étude faite sur ce sujet, en marge de cette thèse, nous amènent à penser que la fleur des entreprises innovantes aujourd'hui est très proche de la culture fiéristique, forte utilisatrices des évènements physiques, y compris dans leur dimension structurée (cadre vertical d'une filière ou d'un marché) et prêtes, si les professionnels classiques venaient à faillir sur les évolutions à faire porter aux évènements (augmenter leur puissance de machine sociale à des fins d'affaires), à créer les évènements eux-mêmes. Cette piste est d'autant plus intéressante, que nous pourrions retrouver notre sujet, dans la mesure où certaines start ups sont des spins off issues de laboratoires de recherche. Les start ups

3. L'aiguillon des normes, le développement durable et la RSE

Les processus de gestion par des normes professionnelles, type ISO, contribuent à faire entrer une démarche de recherche et d'innovation dans la filière, à la fois par la réflexion sur les process de production et par l'intégration des défis externes (clients marchés, société). Aujourd'hui domine l'enjeu environnemental. Manque toutefois une réflexion sur la nature même des évènements comme fabrique de normes et comme levier pertinent d'une démarche normative[1].

a. Vers la prédominance des normes environnementales

Le nombre de certifications obtenues croît (German Convention Bureau 2014, UNIMEV 2017) d'abord corrélée aux enjeux environnementaux. Les normes de management et d'organisation[2] font ainsi assez peu florès dans la profession, quand elles sont seules[3][4]. Seules les normes de la profession semblent avoir un peu d'existence, mais de manière partielle et sur des groupes distincts d'acteurs. A la différence de la certification ISO 9001, elles permettent d'abord la communication sur une appartenance à une communauté des professionnels du secteur (par exemple :

peuvent servir de véhicules pour le renforcement des liens entre les acteurs de la Recherche, de sa valorisation et de l'Innovation et le monde des salons et des congrès.

[1] Au sein de la profession seulement, car elle existe dans la recherche (FAVRE 2014, BRAILLY 2014)- Voir PARTIE II

[2] Nous n'abordons pas le sujet d'autres normes, nombreuses, notamment dans les domaines de la maintenance, de la sécurité et de la santé (exemple : la norme OHSAS 18001 de mise en place d'un management de la santé et la sécurité au travail), à la fois par incompétence sur le sujet et parce qu'elles nous éloignent trop de nos objectifs. Ces normes sont pourtant bien inscrites dans la vie de la filière avec des impacts importants dans les pratiques et dans les positionnements des acteurs.

[3] Nous pouvons distinguer les normes standards de management applicables à n'importe quelle organisation ou entreprise, en l'occurrence il s'agit d'abord des normes ISO 9001 de management de la qualité et celles spécifiques à la profession des FSC. En France, les plus connues sont les normes QUALICONGRES mise en place par France Congrès, le label « Foires de France » porté par la fédération UNIMEV ou plus largement des labels qui combinent la double fonction de standard de qualité et d'adhésion à une association (IAPCO, ICCA, MPI, …). Mais ces dernières auront ou finiront par intégrer systématiquement un volet sur le développement durable.

[4] La norme ISO 9001 est peu utilisée par la profession, y compris parmi les principaux acteurs de la profession dans le monde. L'occurrence de discours sur les normes ISO 9001 est faible, voire inexistante. Les normes ISO réellement visibles sont les normes liées aux enjeux environnementaux et RSE4 : 14001, 20121 et 26000. En 2008, la norme ISO 25639 avait pour objectif de définir une terminologie du secteur des foires, salons et congrès ou manifestations commerciales. Elles restent peu connues de la profession, à part dans les organismes fédératifs de publication de statistiques. Son processus d'élaboration a été arrêté récemment (2017).

Qualicongrès, Foires de France[1] de l'Unimev, les labels d'association type IAPCO - International Association for Professional Congress Organisers-).

Les seules normes à réellement être perçues et corrélées à des enjeux de recherche et surtout d'innovation sont d'abord les normes environnementales (PAULUS 2016), avec un impact immédiat sur les matériaux utilisés, sur la gestion des bâtiments[2], sur l'ensemble en fait du process de production. La profession a clairement identifié l'enjeu [3] : les conférences, les formations, les projets, les prestataires dédiés se multiplient[4]. Et elle est aussi impliquée par les événements eux-mêmes construits sur des thématiques environnementales (salon POLLUTEC, Les COP[5], les congrès du GIEC, …) en tout ou partie.

b. Exceptionnalité et fabrique de normes

Mais curieusement, ni le caractère exceptionnel des manifestations comme mode d'interrogation des règles, ni le caractère normatif des manifestations comme milieu de construction ou de reconduite des normes ne sont pris en compte (domine plutôt

[1] Les rubriques sont : offre commerciale, ambiance, agencement et mise en scène, accueil visiteur, gestion et accueil exposants, communication, réglementation, usages de la profession, développement durable.

[2] « Dans les équipements, innovation menée par des considérations financières : développement durable (réduire les coûts de consommation), certification sur des sujets environnementaux, (…) » F.DG de Parc des expositions

[3] Parmi d'autres, l'étude „Tagung und Kongress der Zukunft", Réunion et congrès du futur, publié en 2013 par le German Convention Bureau et qui souligne notamment l'enjeu du développement durable pour la profession : http://www.gcb.de/tagung-und-kongress-der-zukunft . L'ADEME a par exemple créé l'outil ADERE (Auto Diagnostic Environnemental pour les Responsables d'Evénements, voir www.evenementresponsable.fr), l'Unimev a lancé de nombreuses initiatives sur le projet et a créé dans sa structure une direction stratégie ET développement durable. En France, des gestionnaires de sites parmi lesquels GL events, Expo Nantes, ou Congrès et Expositions de Bordeaux sont certifiées ISO 14001.

[4] Si la profession a clairement vu l'enjeu, il n'est pas pour autant vrai qu'elle s'y est engagée, en tout cas de manière globale. Certains acteurs prennent le sujet à cœur (PAULUS 2016), d'autres y voient encore un frein à leur profit : « J'avais réussi à faire venir les grands organisateurs chez moi dans ma petite entreprise pour parler de développement durable, mais tout le monde a vu son petit pré carré, ça devait leur coûter 10 centimes/m² de moquette » (F. PDG, Prestataire). Et nous savons que des acteurs très engagés dans la filière sur les questions de RSE et de développement durable se découragent devant certains immobilismes de la profession.

[5] « Le style innovant, nous avons engagé un processus de concertation avec les industriels de la profession événementielle. Présentation du projet au Palais des Congrès, cahier des charges traiteurs un an à l'avance, du jamais vu. » (P. Ambassadeur, engagé dans l'organisation de grands évènements intergouvernementaux sur le défi climatique.)

le discours sur la perception du gâchis[1].). Plus encore la nature fondamentalement sociale des FSC, les pratiques d'échanges, de respect des individus, d'institution de parité, plus largement les modalités démocratiques de concertation ne soulèvent pas d'attention particulière.

Il faudrait pourtant oser poser la question ainsi : le développement durable de la planète serait-il possible sans Foires, Salons et Congrès ? La complexité des problèmes pourrait-elle être affrontée dans les filières et les territoires sans des modalités de rencontres des êtres humains ? L'ensemble du processus de développement de la connaissance et d'innovation des humains pour préserver la nature est sans doute directement corrélé à leur capacité de rencontres et de relations. Il existe tout une dimension sociologique de création de temporalité, de rites, d' « habitabilité commune du temps » qui appartient aux FSC et dont la corrélation avec la question environnementale est insuffisamment posée.

Une intégration plus claire et directe des mécanismes des FSC dans les normes pourrait devenir une forme d'innovation dans la production même des normes, en particulier dans le cas majeur de la question climatique.

4. Les lignes de fuite et les captations par la société

Jusqu'où va la créativité de l'activité des FSC ? Après avoir suivi une série d'importations et de voies de passage d'innovation et de nouveautés, il s'agit de voir si ce n'est pas la filière elle-même qui ne va pas s'échapper à elle-même, se mettre à fuir et être dépassée. L'activité des FSC est dans une certaine mesure « open source ». Au fond ce serait son ultime succès d'appartenir à tous. Aux professionnels d'aujourd'hui de saisir ces lignes de fuites de leur profession est d'en faire la matière même de leur propre transformation.

[1] « Les activités événementielles prélèvent un lourd tribut sur nos ressources, la société en général et l'environnement. Elles peuvent produire des déchets importants, mettre trop fortement à contribution les ressources locales comme l'eau ou les sources d'énergie, voire entraîner des tensions au sein des collectivités. Grâce à ISO 20121, votre événement, quel que soit son type ou sa taille, peut s'inscrire dans une logique de développement durable. » http://www.iso.org/iso/fr/iso20121

a. La vitesse de désintermédiation des FSC

L'opinion est commune : « Comment échapper à la vitesse, au sentiment général que des choses se passent, partout et change tout, « ça va très vite » ? Prenons l'exemple d'un groupe de musique, il organisait ses dates et ses lieux avec l'aide et le service d'un tourneur, maintenant il le fait parce que des fans sur facebook se réunissent pour lui proposer de venir dans leur ville et leur assurent un public minimum. Exit le tourneur. Le sentiment est récurrent que d'autres vont le faire, que d'autres vont inventer, que la vitesse est ailleurs[1]. Le regard des FSC semble plus lent que la vitesse du monde. Est-ce son retard ou sa force à venir ? Nous avons pourtant aperçu « la vitesse de la sagesse » de la profession : dans le rapport au temps et à la lenteur se tient là les assises de nouvelles réflexions et innovations de l'activité des FSC. Comment créer des continuités entre les générations ? Comment intégrer dans la série (et la cyclicité) des évènements des enjeux de durée et de construction du présent ?

b. La conquête par le digital du marché des relations physiques ?

Le véritable enjeu de la profession est de faire face à un marché des relations sociales en pleine croissance qui suscite des désirs de conquête. Une des règles de Google est, paraît-il, de ne s'intéresser qu'à des projets qui touchent un milliard de personnes par jour[2]. Ce serait rassurant pour les acteurs actuels des FSC, parce qu'autrement il n'est pas si difficile d'imaginer que Google puisse devenir l'un des principaux faiseurs des FSC. La véritable concurrence d'internet à l'égard des FSC n'est pas dans la substitution, mais dans l'apparition d'acteurs nouveaux qui auront besoin de se rencontrer dans le monde physique et qui s'organiseront pour cela. Il faut noter le déplacement de sens des discussions sur la concurrence du digital à l'égard des évènements physiques, avec ce passage d'une concurrence du « digital » à celui des

[1] La profession se sent vieille et il n'est que de voir combien le grand argument contre la profusion des solutions digitales et la peur de la substitution de l'activité physique par le digital, au cours et après la pandémie du COVID, reposait trop souvent sur la valeur éternelle des rencontres humaines, en-deçà de toute analyse des puissances détaillées des FSC sur les territoires, dans les filières, dans la durée de l'histoire et de la construction de l'avenir ou du rapport tactique au présent.

[2] Nous tenons cette information d'une réponse donnée par un des dirigeants de Google France en 2013 à une question sur le rôle que pourrait jouer Google sur le marché des FSC : : «(…)I am not sure Google is the right company for this. We have a simple test for product development - will it be used everyday by 1 billion people or more? (There are a number of others, but this is one of the first ones). This test precludes us from lots of high potential areas of development, but we have to focus. In this area I think the answer is no. But thank you for your message."

« évènements digitaux ». Voilà donc que le digital est aussi doué de production d'évènements. Et cette évènementialisation du digital est sans doute et d'abord entrée du numérique dans le monde physique plus que l'inverse. L'importation croissante du mot « phygital »[1] (physique et digital), issu du monde du retail, dans celui de l'évènement en est un des signes (LITRE VALENTIN, LARQUET, BADOT 2020).

c. L'intégration plus globale des FSC dans les processus de communication : des marques à la ville-évènement.

Apparaît une manière d'appréhender les FSC non plus comme un mode central de production de rencontres, mais comme un élément parmi d'autres dans un « dispositif global » de communication, de médiation, de vie d'une communauté. Nous pouvons remarquer plusieurs types de pratiques, sans être exhaustifs :

Les « marques » développent de plus en plus leur propre événementiel et l'intègre à leur démarche générale de communication, de développement d'image et d'accès à leur public[2]. Au-delà de l'expérience, qui est déjà une dimension en tant que telle de plus en plus prégnante dans le travail des marques, il s'agit aussi de créer en quelque sorte son espace et son temps public. C'est essentiel. Les marques constituent une grande part des clients des FSC. Ce que les organisateurs ne sauront pas faire d'eux-mêmes sur leurs manifestations, les marques le feront. Il faut en être sûr.

Des acteurs de la communication, du lobbying, de l'animation de communauté, eux-mêmes liées à des grands comptes industriels ou institutionnels éprouvent le besoin de construire un événement physique de rencontres, sans que celui-là porte d'ailleurs le

[1] « Phygital » est aussi l'un des mots-clefs d'une jeune start up, bziiit, qui s'est spécialisée dans le marché de l'évènement sur l'écoute digitale et sur les dispositifs à mettre en place pour développer les flux physiques sur les manifestations et créer des modes d'hybridation physique + digital des évènements. (www.bziiit.com)

[2] Nous pouvons citer là encore le Research Institute For Exhibition and Live-Communication en Allemagne qui énonce clairement l'enjeu des marques dans l'évènement. Nous pouvons aussi rappeler le travail de Sylvie HERTRICH (HERTRICH 2008) plus ancien, mais qui montre justement l'apparition croissante depuis plus de 10 ans du croisement des marques et de l'évènement.

nom de salon, ni même que, dans leur perception, ils aient partie liée avec le monde des FSC, dans un dispositif plus global (360°).

Les villes jouent un rôle [1] croissant dans la production d'événements, dans une stratégie globale de production à la fois d'espace public et de temps public. Les acteurs impliqués ne sont pas nécessairement issus des foires, salons et congrès (hormis la nécessité des prestataires de matériels et de prestations techniques : leur rôle est donc voué à grandir). Il peut même exister des concurrences entre un événement de la ville qui fera de l'exposition et un salon ou une foire dans un parc des expositions.

Et les acteurs des FSC eux-mêmes participent à ces modes de décentrement, en préférant notamment de plus en plus souvent les notions d'évènements ou d'évènementiel à celles de Foires, Salons et Congrès (voir le préambule).

d. Le décentrement des lieux

Les parcs des expositions se transforment en parcs d'événement, les centres de congrès en maison de la culture, en lieux de spectacle, en lieux d'expositions artistiques permanentes parce qu'ils doivent répondre à la multiplication des nouveaux lieux. [2] La ville elle-même se transforme en ville-événement, l'espace public est agrandi, chaque nouveau projet inclut une dimension d'animation, de rencontres, de commerce. Les évènements s'étaient éloignés dans des infrastructures dédiées, ils reviennent dans l'espace public des villes autant pour les animer que pour les fabriquer.

[1] Nous aurons l'occasion de détailler ce rôle croissant des villes, car elles sont aussi au cœur du système des FSC, comme commanditaires, investisseurs, gouvernants, mais aussi parce que les FSC et leur avenir sont corrélé au phénomène de l'urbanisation.

[2] Centres culturels, les stades (qui eux-mêmes pour se rentabiliser ne peuvent pas se contenter des matchs et compétitions sportives), les Arénas, les salles X ou Y, les aéroports et les gares qui deviennent des hubs avec leurs infrastructures de « meetings », les centres commerciaux eux-mêmes qui ont depuis bien longtemps appris à ne plus être des « boîtes », mais de véritables projets urbanistiques, avec une clientèle captive, qui ne paie pas son entrée et qui attend et obtient de ces espaces d'être des « lieux de vie », enfin la VILLE ELLE-MÊME.

5. Conclusion

Parmi les manières de chercher et d'innover dans la profession, il faut bien compter sur les transferts technologiques de l'extérieur et l'intégration de normes. Cet apport extérieur n'est pas seulement « adapté » à la situation propre des FSC, il est directement interrogé parce que les FSC produisent eux-mêmes des milieux qui décalent le sens des mouvements technologiques en les exposant, parce que les ouvertures conversationnelles du digital croise directement les mécanismes relationnels des manifestations, parce ces dernières, à la fois régime d'exception par rapport aux règles quotidiennes des communautés et matrice de production de normes et valeurs pourraient enrichir plus clairement les démarches normatives.

Sans doute la profession ne saisit-elle pas jusqu'au bout ce qu'elle peut à l'égard de ces transferts technologiques et normatifs. Au bout de sa puissance se trouve la société. Et la société elle-même aspire les techniques et pratiques des FSC, elle en a besoin (par exemple : le besoin d'évènements physiques du monde digital, des marques, la prise en main par les villes de la maîtrise de leur temps public, la logique évènementielle des start up). Or les techniques et les pratiques des FSC sont en quelque sorte « open source ». Les FSC produisent eux-mêmes des outils dont le monde a besoin et dont il peut se servir sans passer commande aux professionnels eux-mêmes, mais en agissant seul. Cela interroge simplement sur les liens entre les professionnels et leurs propres productions : ils n'en sont pas propriétaires, l'avenir peut se construire sans eux (des grandes manifestations récentes comme le Web Summit ne sont pas nées de l'initiative de professionnels de l'évènement). Mais il faut aussi imaginer un « autre côté » où les FSC ne seraient pas spectateurs de leur propre fuite de leur profession dans la société, mais terrains et pratiques critiques du présent, de ses technologies, de ses normes et de ses vitesses.

G. Exposer la chambre obscure (Conclusion)

Nous avons tenté de décrire, à partir des éléments d'entretiens avec les professionnels de la filière et notre expérience les manières de chercher et d'innover des professionnels des FSC, la chambre obscure de leur créativité, parce que reconnaître leur existence et leurs forces peut autoriser et faciliter les ponts avec une structuration plus ample d'une Recherche et Innovation dans la profession et le monde plus large de la Recherche et de l'Innovation et ses intérêts.

La créativité dans les Foires, Salons et Congrès est partout. La recherche est permanente. Les innovations se multiplient. Mais rien de tout cela ne semble assez perçu ni assez partagé. La filière des FSC n'est pas innovante dans son ensemble. Elle l'est par île, par fragment, par ligne minoritaire. Il n'existe pas assez de mises en série, pas assez de mécanismes d'imitation dans la filière pour créer une perception générale d'innovation.

Or il est complètement illusoire d'envisager une Recherche et Innovation dans la filière sans sentir ses puissances de recherche et d'innovation propres. Beaucoup des innovations dans la filière des FSC semblent venir du dehors, parce que nous ne voyons pas ce qui vient de l'intérieur. Or les FSC constituent depuis deux siècles un « biotope » majeur des innovations industrielles et techniques, de la recherche mondiale. Il est donc dommage, au moment d'envisager sa propre Recherche et Innovation de ne pas creuser et de penser les mécanismes et les productions de ce biotope par soi-même.

Mais apparaît alors le signe d'un enjeu plus grand encore : les dispositifs des FSC peuvent être saisis par d'autres acteurs, organismes, filières, qui ne sont pas les professionnels des FSC d'aujourd'hui, parce qu'ils auront besoin des FSC au cœur de leur propre stratégie. Ils peuvent s'en saisir tant que le niveau d'expertise est accessible rapidement – ou que la croyance d'une expertise accessible domine-, ils devront se tourner vers les professionnels dans le cas contraire. Ce sera la réalité d'une Recherche et Innovation dans la filière qui fera la différence.

Il s'agit donc bien pour la filière de transformer sa chambre obscure de créativité en exposition (foire) au grand jour. Il nous reste à explorer la voie d'une Recherche et Innovation possible dans la filière des FSC et ses articulations avec les enjeux de la Recherche et de l'Innovation elles-mêmes.

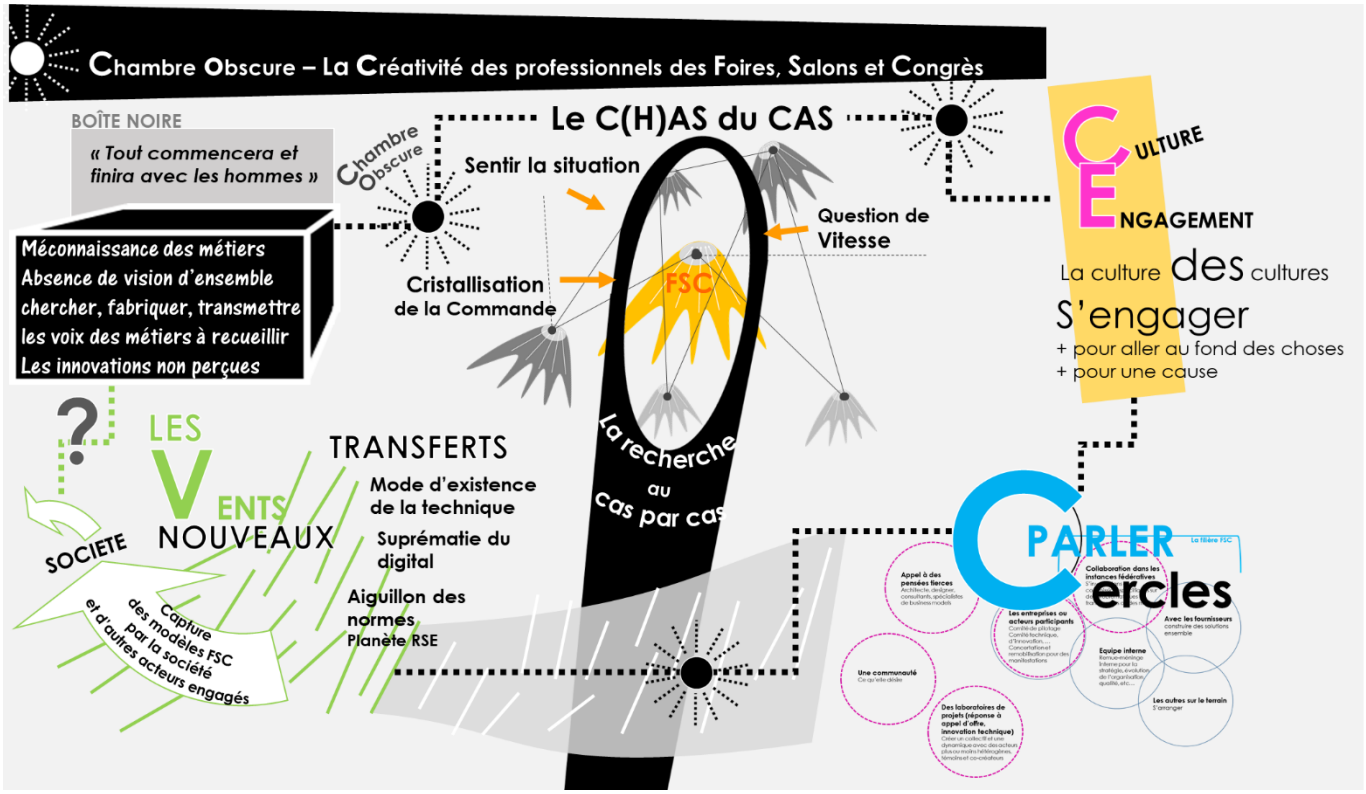

Fig 15. Chambre obscure – La créativité des professionnels des Foires, Salons

PARTIE IV. RECHERCHE ET INNOVATION

Comme il n'existe pas de Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès, nous arrivons à l'ultime étape où il faut en tracer un dessin possible qui permettrait de réaliser les manières de la rendre possible.

Nous sommes au-delà d'une « Science des Foires, Salons, Congrès », au-delà d'une « Messewissenschaft » allemande. Nous sommes bien plus loin que tout travail d'étude sur la filière des FSC. Nous sommes dans un champ extrêmement ouvert, dans des jeux de répétition entre les FSC et la Recherche et l'Innovation, toujours dans deux grandes contributions d'une recherche et innovation, l'une au bénéfice des FSC, et l'autre, bien plus importante, au bénéfice de la Recherche et de l'Innovation elles-mêmes, comme depuis le début de ce travail.

Pour approcher la forme possible d'une Recherche et Innovation dans les FSC, nous allons dans une première étape nous donner un ensemble schématique de fonctions de connaissance, à la fois des FSC avec leurs extérieurs (recherche et innovation, mondes, territoires, société de la connaissance) et à l'intérieur d'eux-mêmes. Il s'agit là aussi de profiter des repérages faits dans les parties précédentes sur les articulations entre les FSC et la Connaissance (principalement PARTIE II. DE LA CONNAISSANCE DES FOIRES, SALONS, CONGRES AUX FOIRES SALONS, CONGRES DE LA CONNAISSANCE, les sous-parties II. et III, et la Partie III. DESIR ET CREATIVITE, la sous-partie III). L'ensemble de ces fonctions nous permettra de composer un système de Connaissance autour des réciprocités de relations entre trois grands cercles : celui de la Recherche, celui de la Créativité de la filière et celui des études, rapports et enseignements de la filière. Ce système établi, nous pourrons déterminer l'ensemble des objectifs possibles d'une stratégie de développement de Recherche et Innovation. Comment peut se déployer une telle stratégie ? Nous donnerons nos raisons pour lesquels il sera utile d'utiliser le levier des évènements et comment en identifier les puissances possibles au

bénéfice d'une Recherche et Innovation. Enfin, nous aboutirons à l'essentiel, les femmes et hommes (ce que nous avons déjà évoqué Partie III, III. A. 1 : Tout commencera et finira avec les hommes). Car si les évènements peuvent porter une stratégie de Recherche et Innovation, c'est parce qu'ils sont gros des rencontres qui s'y jouent, des personnes qui s'y engagent. Voilà une stratégie qui semble pouvoir naître de rencontres éparses, presque aléatoires. Tout est possible, mais rien n'est nécessaire. C'est toujours cette contingence que nous essayons d'affronter.

I. Identification des fonctions de connaissance pour construire les bases d'une stratégie de Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès

Les FSC ne semblent valoir que par les milieux où elles germent, les Mondes et les Territoires qui les utilisent et traversent, le croisement avec la Recherche, l'Innovation, la Connaissance dans leurs dimensions les plus larges. Les FSC produisent de la connaissance en relation avec des extérieurs. Nous avons décrit aussi quelques-unes des manières essentielles de créativité au sein des FSC, à laquelle il nous faudra ajouter la somme des études de filière et des enseignements qui appartient à la professionnalisation de la filière. Les FSC produisent de la connaissance à l'intérieur de leur champ d'activité. Ces productions sont autant de fonctions externes et internes de connaissance dont il nous sera utile de définir un schéma pour envisager une machinerie, un système général de Connaissance des FSC.

A. Les fonctions de connaissance des FSC avec ses extérieurs : recherche et innovation, mondes, territoires, économie et société de la connaissance

Les Foires, Salons et Congrès appartiennent au monde de l'action et des choses. S'aventurer dans un projet de Recherche et Innovation ne doit pas éloigner de ce plan. Il ne s'agit pas de partir à la quête d'abstraction, mais au contraire de rendre l'activité des FSC plus concrète dans notre société actuelle. Le sens de l'activité des Foires, Salons et Congrès est simplement de servir. Cette activité ne se maintient, ne peut croître que de servir. Elle n'existe pas pour elle-même mais par le rôle qu'elle joue pour des tiers, clients, marchés, domaines d'activités humaines, populations, territoires,

qui sont d'ailleurs, voir précédemment (Partie I. PERIMETRE ET DEFNITION), souvent eux-mêmes ses coproducteurs. Donc toute démarche pour son développement, ses évolutions ou transformations répond à l'enjeu de la croissance du service qu'elle rend. L'enjeu de la connaissance est une immense opportunité pour accroître son rôle. Il s'agit dans cette partie de construire quelques outils d'analyse pour sérier l'ensemble des fonctions de production de connaissance de l'activité des FSC à l'égard de ceux qu'elle sert. Pour ce faire, nous allons dans une première étape définir des plans d'acteurs et de champ d'activités constitués par les tiers servis par les FSC autour des enjeux de la Connaissance. Dans une seconde étape, nous déterminerons des jonctions de connaissances entre ces plans et l'activité des FSC. Et à partir de ces plans et de ces jonctions, sera possible de décrire des groupes de fonctions de connaissance. Nous aurons ainsi le premier volet d'un système de connaissance envisageable, celui des fonctions « externes » de connaissance des FSC.

1. Se donner trois plans de service des FSC autour des enjeux de la Connaissance

Pour schématiser les ensembles de clients au sens le plus large avec lesquels les FSC sont en relation, il est possible de distinguer trois « plans de services » :

- Le premier plan est le principal, il est constitué des clients et marchés de la série hétérogène des « Mondes » et des « Territoires », de l'ensemble des activités de filières et de territoires impliqués dans des processus de FSC.

- Le second est issu du premier et se concentre sur la Recherche et l'Innovation, à la fois comme ensemble propre et comme élément transversal aux mondes et territoires, constitué par l'ensemble des activités de recherche scientifique et d'innovation[1] qui se sert des Foires, Salons et Congrès.

- Le troisième est celui, global, de la Société apprenante, d'une économie et société de la Connaissance, en considérant que son modèle ne couvre pas

[1] La Recherche scientifique est entendue dans toute sa largeur de Recherche fondamentale, de Recherche appliquée, de ses liens avec les industries et les marchés. L'innovation est comprise à la fois dans son lien avec la recherche (elle peut en être le résultat, elle peut aussi en être une condition), mais aussi comme son système et son processus propres découplés de la Recherche (les innovateurs et les modes d'innovations ne viennent pas tous de la recherche scientifique). VOIR INTRO GENERALE

toutes les réalités économiques et sociales du monde. L'idée d'une Société de la Connaissance est moins un état qu'un devenir, des mutations, des transformations dans un ensemble de réalités économiques et sociales plus grand.

Il va s'agir de décrire les rapports de connaissance entre les Foires, Salons et Congrès et chacun de ces trois plans de service.

2. La double prise de la Connaissance et les jonctions de connaissance

Sur ces trois plans, les FSC exercent des fonctions de connaissance qui servent les enjeux de production et de reproduction de la connaissance au bénéfice d'abord de la Recherche scientifique et de l'Innovation, mais aussi des autres « Mondes » et « Territoires » et de la société, pris dans un mouvement global de transformation vers la Société apprenante. Plus la Recherche et Innovation des FSC devient réelle et efficace, plus les FSC sont bien des outils efficaces sur ces trois plans. Se crée ainsi un cercle vertueux. La Recherche et Innovation des FSC servira donc le développement sur ces plans de la Connaissance qui elle-même servira l'amplification des fonctions de connaissance des FSC. Il s'agira ici de schématiser ce cercle vertueux entre Recherche et Innovation et production de connaissance, puis de localiser les jonctions de connaissance, les réciprocités de production de connaissance, entre les FSC et les plans de services.

a. La pince

La jointure entre Recherche et Innovation des FSC et les leviers des FSC pour les mécanismes de Connaissance nous conduit donc à avancer à chaque fois avec un outil à deux prises :

- D'une part, celle du processus de Recherche et Innovation des FSC qui doit aboutir à leur développement, à l'accroissement de leurs performances et de leur compétitivité, à leurs mouvements d'innovation et de transformation, sur n'importe quel registre de leur spectre d'actions : implantation, infrastructures, technologies et métiers, positionnement, offres et marchés (et parmi ces

marchés compte notamment celui large de la Recherche scientifique et de l'Innovation) ;

- D'autre part, celle de l'ensemble des fonctions de Connaissance des FSC, c'est-à-dire de leur capacité à servir les enjeux de production et de reproduction de la Connaissance, au bénéfice d'abord de la Recherche scientifique et de l'Innovation, mais aussi des autres « Mondes » et « Territoires » et de la société, pris dans un mouvement global de transformation vers la Société apprenante.

Ces deux prises sont liées l'une à l'autre : la Recherche et Innovation des FSC contribue aussi au développement des fonctions de connaissance et au développement de la Connaissance elle-même sur les trois plans, et ceux-ci à celle-là. Nous les figurerons sous la forme d'une pince, la pince de la connaissance qui permet de servir les trois plans initiaux des « Mondes et « Territoires », de la Recherche scientifique et de l'Innovation et de la Société de la Connaissance.

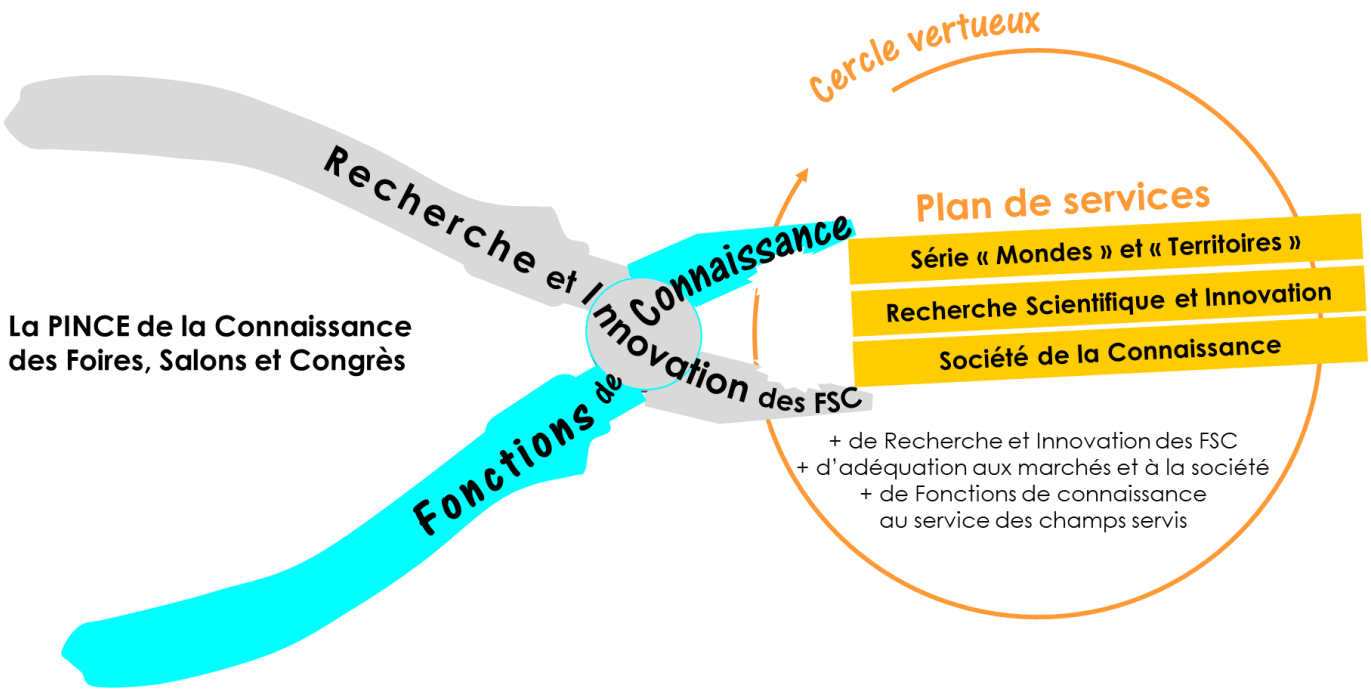

Fig 16. La pince de la Connaissance des FSC

b. Les jonctions de connaissance

Nous produisons alors un premier schéma qui montre simplement les FSC avec leur processus (embryonnaire aujourd'hui, développé demain) de Recherche et Innovation, les plans de services, les réciprocités et la pince de la connaissance qui fonctionnent dans un cercle vertueux (fig.17).

Dans le cas du plan de service de la Recherche et de l'Innovation, il paraît préférable de spécifier la discontinuité entre les deux : l'innovation n'est pas le simple aboutissement des recherches et la recherche n'a pas comme unique objectif de produire des solutions innovantes ; ce hiatus laisse à la recherche scientifique toute sa liberté et à l'innovation ses sources les plus hétérogènes, notamment non-scientifiques.

Ces jonctions de connaissance (par l'effet de la pince) fonctionnent dans les deux sens vers les FSC et vers les plans de services.

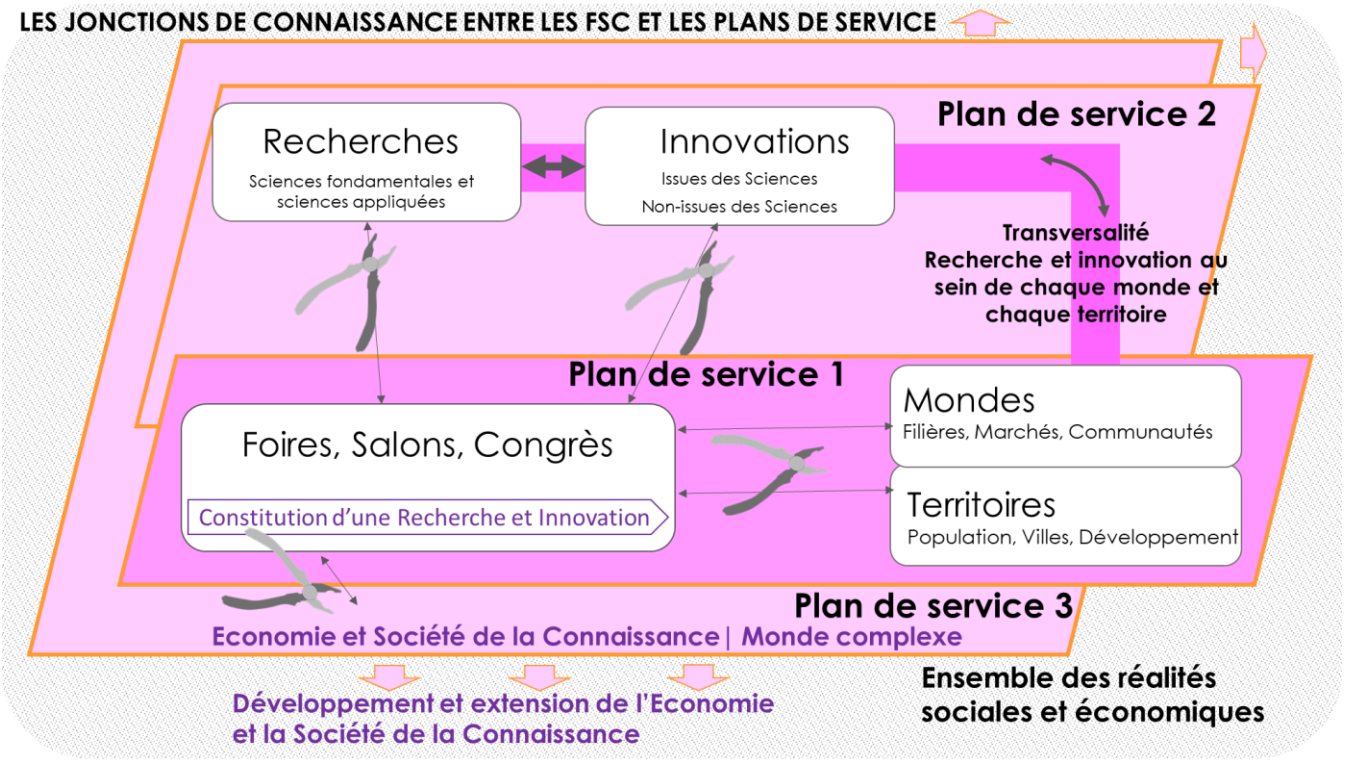

Fig 17. Les jonctions de connaissance entre les FSC et les plans de services

3. Se donner une série de groupes de fonction de connaissance

Il devient alors possible à chacune de ces jonctions de définir différentes fonctions de connaissance, en reprenant la lecture des travaux décrits dans notre partie II et nos propres expériences professionnelles, qui peuvent être réunies, schématiquement et comme premier cadre de réflexion, en sept groupes :

Le groupe des fonctions de production et d'activité scientifiques. Il rend possible la production de contenus et d'activité scientifiques.[1]

Le groupe des fonctions de configuration et de méthode. Il permet aux acteurs de « mondes » de se représenter leur activité et leurs modes d'existence et de les instituer, de leur donner une identité et un statut, ou définit des manières de produire de la connaissance[2].

Le groupe des fonctions politiques et stratégiques. Ce groupe inclut l'ensemble des mécanismes qui permettent d'intégrer des politiques dans les manifestations des FSC au bénéfice de la valorisation de la recherche et d'innovation et réciproquement[3].

---

[1] D'un côté les FSC permettent l'accroissement des contenus de recherche et d'innovation, de l'autre, les plans de services provoquent dans les FSC le développement de contenus de recherche et d'innovations (cercle vertueux). Prenons, dans le premier mouvement, l'exemple de l'ensemble des débats, des échanges dans un congrès scientifique, les contenus éditoriaux, les contenus de recherche et d'innovation présentés, les phases de veille et de test d'un process innovant, les manifestations elles-mêmes sur la recherche et l'innovation. Et dans le mouvement inverse (qui est souvent autant circulaire), citons d'abord les travaux mêmes de la Recherche sur les FSC, le rôle éditorial sur les programmations des manifestations, et encore les manifestations elles-mêmes pour tout ou partie dédiées à la recherche et l'innovation.

[2] Ces fonctions sont à l'œuvre lorsque les congrès permettent la définition d'une nouvelle discipline scientifique, lorsque qu'un salon permet d'identifier l'ensemble des acteurs, des rôles et des interactions dans une filière qui émerge ou lorsque se constituent, sur un salon, des processus de valorisation de la recherche. Il faut inclure les mécanismes de création d'écosystème innovant sur les manifestations, la promotion d'une culture de l'innovation ou le développement de nouvelles techniques de démonstration et de didactique. Plus généralement, les FSC vont contribuer à la mise en mouvement de management de la Connaissance dans les filières et les territoires, la société en général. Les FSC sont à la fois les acteurs de ces mécanismes et les récipiendaires dans la mesure où les acteurs de la recherche et de l'innovation y provoquent leurs interventions et y déploient leur créativité, qui peuvent être autant de nouvelles approches intégrables par les FSC dans leur modèle.

[3] Ce groupe inclut l'ensemble des mécanismes qui permettent de : intégrer les politiques dans les manifestations des FSC au bénéfice de la valorisation de la recherche et de l'innovation (il faudrait aussi compter l'enseignement supérieur), d'exercer du lobbying à leur service ; contribuer au pilotage des politiques de recherche et d'innovation, ou du renforcement de leur prise en compte dans les politiques générales des filières et des territoires ; utiliser les FSC

Le groupe des fonctions géographiques de territorialisation/déterritorialisation et proximités. Il s'agit ici de mécanismes de création de proximité entre des acteurs.[1]

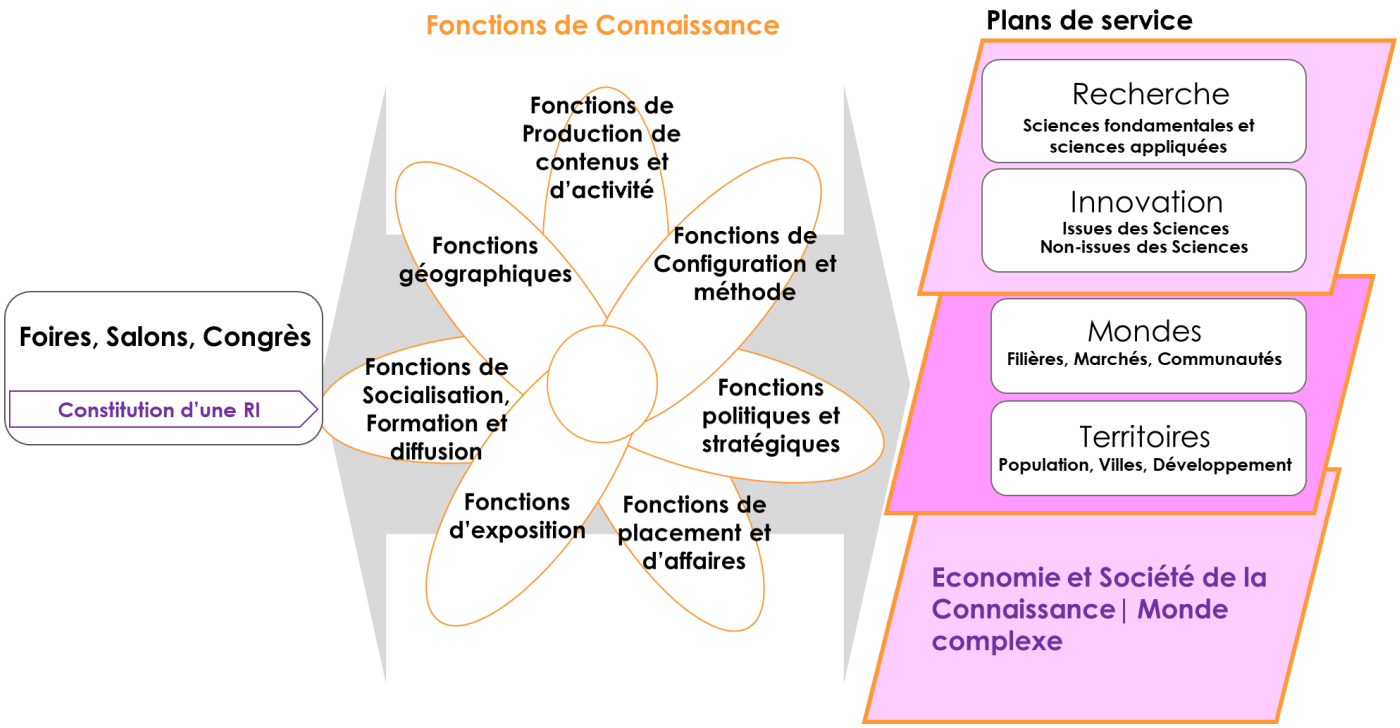

Fig 18. Schéma d'analyse des fonctions de connaissance

au titre des relations diplomatiques et des politiques d'influence dans le monde. Et réciproquement, elles peuvent permettre d'inscrire, de manière décisive, les FSC dans les politiques de la recherche et de l'innovation, ou plus spécifiquement, de renforcer les priorités données à la recherche et à l'innovation via le développement des FSC dans les filières et les territoires.

[1] Il s'agit ici des mécanismes suivants :

- Création de proximité sur les manifestations entre des acteurs d'origines lointaines ou de secteurs hétérogènes (industrie-recherche-société-politique...), phénomène de « cluster transitoire »,
- Création de proximités locales sur un territoire, par exemple le centre de congrès et le congrès consolident les positions de tel laboratoire ou d'une série de laboratoires implantés localement, en relation avec d'autres proximités industrielles ou politiques.
- Des mises en série géographiques et la création de routes de connaissance : formalisation de collaboration entre laboratoires, entre territoires et filières, circulation de l'information à travers le monde qui se retrouve sur la plateforme des manifestations,
- Fonctions de réflexion sur le rôle des FSC dans les mécanismes mêmes de territorialisation, les savoirs urbains, le tourisme, les phénomènes de déterritorialisation, de relations et d'actions vers le reste du monde…

La réciprocité est assez forte sachant que les opportunités d'investissement dans les FSC, d'organisation de manifestations sur un territoire ou sur plusieurs territoires dépendent largement des Mondes et des Territoires. Par exemple, des proximités locales Recherche-Industrie se renforcent via un salon, mais ce salon est aussi bien l'effet de ses proximités.

Le groupe des fonctions de socialisation, de formation et de diffusion. Dans ce groupe de fonctions se retrouvent trois types de mécanismes autour des constitutions de réseaux, des dimensions d'honneurs et de prestige, autour de la diffusion et du partage de la connaissance.[1]

Le groupe des fonctions d'exposition comme fonction d'apparition, de création de nouveauté avec ses effets de positionnement pour les organismes innovants, de fonction de base de démonstrations, de régulation des tendances[2].

Le groupe des fonctions de placement et d'affaires sur les marchés, et plus largement les espaces de concurrences. Ce groupe de fonctions est directement lié à l'ensemble du processus d'affaires sur les Foires, Salons et Congrès. Elles ont des dimensions de communication, de marketing et de commerce. [3]

---

[1] Dans ce groupe de fonctions se retrouvent trois types de mécanismes :

- Autour des réseaux : constitution et renforcement de réseaux sociaux, les effets des réseaux sociaux sur les liens entre les acteurs et entre les organismes en termes de création de partenariat, de circulation d'information, de lobbying, de phénomènes de régulation sociale et de production de normes, d'entrée dans les écosystèmes…
- Autour des dimensions d'honneurs et de prestige et cérémonie avec l'ensemble des effets de production de sens, de reconnaissances des personnes et des organismes, de positionnement, de structuration d'une communauté, d'explicitation des tendances, des normes et valeurs…
- Autour de la diffusion et du partage de la connaissance : propagation d'une innovation, diffusion de la science auprès de la société civile, mécanismes pédagogiques.

[2] Il était tentant de l'assimiler aux fonctions de socialisation, car montrer est bien un processus de diffusion dans une société, mais cela aurait été laisser en second plan une des fonctions-clefs des foires et salons et en partie des congrès. Les fonctions d'exposition sont sous-jacentes à la plupart des autres groupes de fonctions. Elle existe en quelque sorte pour elles-mêmes comme fonction d'apparition, de création de nouveauté avec ses effets de positionnement pour les organismes innovants, de fonction de base de démonstrations, de régulation des tendances. Elles sont essentielles au processus d'innovation : statut de nouveauté et d'innovation, propagation sociale, démonstration…Aujourd'hui les Foires et Salons principalement rendent possible cette exposition de l'innovation. Toutefois, ce sont aussi les innovations elles-mêmes et les choix des organismes innovants dans leur présentation qui vont apporter des opportunités d'évolution et de transformation des techniques d'exposition.

[3] Elles sont bien sûr primordiales pour la recherche, sa valorisation et l'innovation. Il s'agit par exemple de :

- Donner sa place à la recherche dans les ensembles plus vastes des filières, des territoires ou de la société, de lui permettre d'en explorer de nouveaux, en termes d'image et de notoriété, assurer sa visibilité auprès des différentes cibles industrielles, politiques, de populations,
- De positionner tel ou tel laboratoire sur la scène de sa communauté internationale,
- Accompagner l'ensemble de la démarche de valorisation de la recherche de la veille de marché à la prospection et à la négociation des partenariats,
- Commercialiser les innovations.

Cette seule description n'épuise pas le sujet mais implique qu'il serait dommageable et sans doute illusoire d'envisager la création d'une Recherche et Innovation sans l'ensemble de ces fonctions de connaissance, la plupart du temps réciproques, entre l'activité des FSC et ses plans de services. Mais il n'existe pas d'approche concrète de la diversité des fonctions de connaissances et de leur réciprocité. Il nous faut maintenant quitter l'analyse des fonctions externes pour celle des fonctions internes de la connaissance au sein des FSC. Ce sera avec l'ensemble des fonctions externes et internes de connaissance des FSC que nous pourrons réussir à définir un premier cadre de système de connaissance dont la Recherche scientifique serait le premier moteur.

B. Le système interne de la connaissance au sein des FSC

Le scientifique n'est pas possible sans le non scientifique. Il est nécessaire d'être attentif justement, au sein de l'activité des Foires, Salons et Congrès, à toute cette vie, ces projets, les manières et les pratiques, et les hommes et les femmes qui contribuent à la production de savoirs et aux innovations. Pour des raisons d'analyse, il sera utile de distinguer deux grands ensembles au sein de la filière :

- Celui des modes de créativité et de création d'innovations au sein la filière décrits dans la partie précédente (PARTIE III),

- Et celui des pratiques d'études et d'enseignement.

Ces ensembles n'en sont pas réellement. L'exercice de l'analyse et de la schématisation réunit des réalités très diverses, hétérogènes et rarement mises en série à ce jour. La filière elle-même méconnaît ses processus de créativité et d'acquisition d'innovation, elle reste aussi assez séparée de ses propres productions de savoir ou même de ses pratiques d'enseignement.

La « chambre obscure » des pratiques créatives est plutôt du domaine de savoirs et modes de création implicites, en revanche l'ensemble des études, rapports et de

- Créer des marchés pour les entreprises innovantes en quête d'investisseurs,
- Faciliter la participation des acteurs de la recherche et de l'innovation dans le pilotage des salons.

l'enseignement correspond bien à une connaissance explicite, avec de nombreux éléments de formalisation. Il s'agit de se rendre compte de fonctions reconnues de production de connaissance dans la filière des FSC, avec ses acteurs et ses objectifs. Elles se répartissent entre deux grands modes d'activité : celui de l'enseignement et de la formation dans laquelle des étudiants vont pouvoir acquérir des connaissances et des compétences à des fins de leur entrée dans la profession (éventuellement à des fins de recherche, mais de manière beaucoup plus rare) et celui de l'ensemble des rapports et études produits par les organismes de la profession, au sens large, c'est-à-dire les entreprises elles-mêmes dans le cadre de leur marketing, les organismes fédératifs, les organismes des pouvoirs publics et territoriaux.

1. Le sous-ensemble de l'enseignement

L'enseignement et la formation dans le secteur de l'évènement sont assez récents, une vingtaine d'années. Donal GETZ qui a beaucoup œuvré pour définir un Management de l'Evènement écrit sur l'apparition de sa place académique en 2002 : « Event studies and event management: on becoming an academic discipline » (GETZ 2002)[1]. En Allemagne, qui reste toujours le pays plus avancé en ce domaine, l'Institut für Messewirtschaft und Distributionsforschung [2], l'Institut pour la recherche sur l'économie des Foires et la distribution est fondé en 1999 par L'université de Cologne et la Foire de Cologne (Kölnmesse). La Fondazione Fiera Milano, en Italie, a créé son « Academia »[3] en 2002. En France, la première et la seule étude sur les formations initiales et les formations continues stratégiques pour les entreprises Foires, Salons et Congrès est réalisée par l'OPIIEC (Observatoire des métiers du numérique, de l'ingénierie, du conseil et de l'évènement) en 2014. Elle dénombrait « 47 formations spécifiques pour le secteur événementiel en France, allant de Bac+2 à Bac+5 ». Une recension aujourd'hui des formations sur le management dans le monde montrerait sans doute une croissance forte des offres faites aux étudiants et aux professionnels.

[1] Getz, Donald. "Event studies and event management: on becoming an academic discipline." Journal of Hospitality and Tourism Management, vol. 9, no. 1, Jan. 2002, p. 12+

[2] www.messe.uni-koeln.de/

[3] www.accademiafieramilano.it/

Cette étude dépasse le cadre de ce travail[1]. Cet enseignement concerne de jeunes étudiants et les professionnels eux-mêmes qui veulent se former ou se perfectionner. Les enseignements sont délivrés assez souvent par des professionnels qui sont invités à transmettre sous forme d'études de cas leurs savoir-faire. Ils peuvent l'être par des enseignants et enseignants-chercheurs, d'abord en particulier dans le champ universitaire, mais rarement spécialistes des foires et salons, plutôt experts en communication événementielle, en management et/ou en tourisme d'affaires et en tourisme. En très bref, il n'existe que très peu d'enseignements directement orientés sur les Foires et Salons. Il faut toutefois noter des enseignements spécifiques plus clairs dans le champ des congrès au travers d'enseignement définis sur le MICE. Cet enseignement implique donc aujourd'hui des universités, des écoles privées, des centres de formation ou plus spécifiquement des formes de formation mises en place par les organes fédératifs et associatifs de la profession[2] .

Notons à titre d'exemples, et loin de toute exhaustivité, en France :

Parmi les universités :

- Le Master Tourisme MEI Meeting Event Incentive à l'Université Gustave Eiffel de Marne-La-Vallée[3],

[1] La simple consultation de site de recherche sur les masters en management de l'évènement dans le monde annonce 103 masters : www.mastersportal.com/search/#q=di-313|lv-master|tc-EUR&start=10. Et rien ne nous dit que ce ne soit pas qu'une vue très partielle.

[2] Citons l'exemple en France de la création de Lécole, « the event thinking school » portés par certains des acteurs du marché et surtout par l'UNIMEV et LEVENEMENT (association des agences évènementielles). https://www.lecole.school/fr/qui-sommes-nous.html. Le SYNPEXE (Syndicat National des Prestaires de l'Exposition et de l'Evènement) est très impliqué dans la formation OME (Organisation et Management de l'Evènement) d'un institut privé, l'Institution Robin qui forme des « chefs de projet ».

[3] https://formations.univ-gustave-eiffel.fr/index.php?id=1941&tx_agof_brochure%5Bbrochure%5D=457&tx_agof_brochure%5Baction%5D=show&tx_agof_brochure%5Bcontroller%5D=Brochure&cHash=84ecb13e7ec24aa8355165071cc32b12

- Le Master Evènementiel et Rencontres d'affaires de l'UFR ESTHUA Tourisme et Culture de l'Université d'Angers[1],

- Le Master Management de l'Hôtellerie internationale[2] de l'IAE de Nice (avec des cours sur Tourism and events product design ou sur le Tourisme d'affaires et de Congrès-MICE) ou le Master 2 de l'IUP Tourisme de l'Université de Nice « E-tourisme Hôtellerie Mice »[3] ,

- La Licence Pro - MPE - Management de Projets Evénementiels, de l'IAE de l'Université de Lille[4]

Parmi les grandes écoles de Management :

- Le Master International Events Management de l'EM Normandie[5] ,

- Le Master International Event Management de La Rochelle Business School[6],

- Le Master Strategic Event Management & Tourism Management de Skema Business School à Nice[7],

- Le Master Marketing et Gestion d'évènements de l'EM Strasbourg[8].

---

1 http://formations.univ-angers.fr/fr/offre-de-formation/master-lmd-MLMD/droit-economie-gestion-02/master-tourisme-IZFKIT4E/parcours-hotellerie-restauration-evenement-IZFKKJVZ/option-evenementiel-et-rencontres-d-affaires-IZFKOUQB.html

2 http://unice.fr/iae/fr/formations/master/metiers-du-management-marketing/master-management-hotellerie-internationale

3 www.unice.fr/iup-tourisme/offre-de-formation/bac-5-master-2-e-tourisme/objectifs-de-la-formation

4 www.iae.univ-lille1.fr/formation/licence-pro-mpe-management-de-projets-evenementiels

5 www.em-normandie.com/fr/msc-international-events-management

6 www.excelia-group.fr/nos-formations/management/masters-science-msc-bac5#onglet-infos-comp-field_description_parcours

7 www.skema-bs.fr/programmes/masters-of-science/msc-management-strategique-et-evenementiel-et-tourisme

8 www.em-strasbourg.eu/formations/reprendre-mes-etudes/m2-marketing-et-gestion-d-evenements

Il nous faut pour l'instant retenir les éléments suivants de ce sous-ensemble :

- **Transmission.** Des fonctions possibles de transmission des savoir-faire et d'exigence de développement de la connaissance, de synthèse et panorama de la filière, d'encouragement à la recherche, d'anticipation des métiers de demain. Pour l'instant, ce volet est peu développé.

- **Enseignants et enseignants-chercheurs.** Une population d'acteurs constitués d'enseignants du Supérieur et d'enseignants-chercheurs, donc déjà intégrés au système de recherche, de professionnels impliqués dans la pédagogie, des étudiants, avec, entre eux, des situations d'échanges, de collaboration et de réseaux,

- **Territoires**. Des ancrages territoriaux qui articulent les centres d'enseignement avec une activité locale d'événements ou qui contribuent à la créer,

- **Structuration de la filière**. Un outil de structuration de la filière, de constitution de son identité, de reconnaissance de ses valeurs ajoutées, d'attraction des talents, de montée en expertise, de levier de compétitivité par rapport à d'autres territoires et filières de communication. L'enseignement a une fonction de levier stratégique d'une politique de développement de la filière.

- **Recherche et Innovation à venir**. Les chercheurs, les innovateurs, les décideurs de demain dans l'activité des FSC auront peut-être un jour suivi, dans ses formations, un enseignement qui sera dédié à la Recherche et l'Innovation.

Cet enseignement est encore en friche, il est en croissance. Il peut et pourra être à la fois un motif d'entraînement de projets de recherche et d'opportunité de carrières pour les chercheurs, de développement des connaissances, de partage et de décision et un levier de politique de filière.

2. Le sous-ensemble des rapports et des études de la filière

Ce sous-ensemble représente aujourd'hui la source principale de synthèse et d'informations sur la filière des Foires, Salons et Congrès, en France et dans le monde.

Il rassemble quatre groupes d'acteurs, qui appareillent en partie le secteur public avec le secteur privé, tous liés directement aux enjeux professionnels et politiques de l'activité des FSC :

- Le groupe principal est constitué de l'ensemble des fédérations et associations professionnelles d'organisateurs, de prestataires de service et de gestionnaires de sites, à l'échelle d'un pays ou de l'international,

- Le deuxième groupe est celui de l'ensemble des organismes publics et leurs agences, impliqués dans l'activité des FSC, principalement les Collectivités et institutions territoriales, les gouvernements, les institutions politiques (Assemblée nationale, Conseil Economique et Social, Ministères…), les agences publiques spécialisées, à l'échelle d'un pays ou d'un continent, et l'ONU (principalement l'Organisation Mondiale du Tourisme).

- Le troisième groupe est constitué, par les entreprises, dont les différentes publications d'activité peuvent fournir des bases d'information, ou qui commanditent des études dont tout ou partie peut devenir accessible en externe. Est inclus ici l'ensemble des études et informations produites par les organisateurs d'événements. Certaines concernent directement l'activité de l'événement et porte sur le marché et la concurrence, sur les manifestations. D'autres portent non plus sur l'activité même des FSC, mais sur les marchés et leurs tendances, les filières, les territoires utilisateurs (Exemples : le salon Vinexpo publie une étude sur la consommation mondiale du vin[1], le SIRHA publie les tendances du marché de l'agro-alimentaire[2], le salon BATIMAT fait de même sur le marché du bâtiment[3]). Elles constituent, quel que soit leur objet, autant de collaborations possibles avec des chercheurs spécialisés.

- Le quatrième groupe, non institutionnel, mais actifs dans la production de connaissance : les consultants et experts commandités par les acteurs des

[1] http://www.vinexpo.com/engagements/#la-formation : « Pour la 16ème année consécutive, Vinexpo a confié au cabinet IWSR (The International Wine and Spirit Research) la réalisation de l'étude détaillée sur la consommation mondiale, la production et les échanges internationaux des vins et spiritueux, et l'établissement de prévisions à cinq ans, soit 2021 pour cette nouvelle étude. »

[2] https://www.sirha.com/fr/influences-2019

[3] https://blog.batimat.com/etude-mobilite-batiment/

deux premiers groupes ou par les entreprises, la presse et les sociétés de contrôles de fréquentation (qui fournissent les statistiques de pratiques des manifestations). Rajoutons-y l'apparition récente et singulière de start ups capables aujourd'hui de faire de l'analyse de data sur ce secteur.

Liste de quelques associations et fédérations importantes de la filière

En France

Unimev, Union française des Métiers de l'Evénement, qui rassemble l'ensemble des acteurs de la filière, gestionnaires de sites, organisateurs et prestataires : www.unimev.fr, et qui compte parmi ses adhérents Créalians (www.crealians.fr), l'association des concepteurs et réalisateurs de stands, et L'Evènement, l'Association des Agences de communication évènementielle (levenement.org).

Le SYNPEXE, le Syndicat National des Prestataires de l'Exposition et de l'Evénement créé en 2011 : www.synpexe.fr

France congrès, association qui réunit en France les Maires des Villes de congrès : www.france-congrès.org,

Association Internationale de Villes Francophones de Congrès (renommée Coesio), association qui rassemble une soixantaine de destinations qui accueillent des congrès (principalement en France, avec quelques destinations en Belgique, au Luxembourg, au Canada -Montréal-, au Sénégal -Dakar) : www.coesiocongres.com,

PROMOSALONS, organisme en charge de la promotion des salons français à l'international : www.promosalons.com,

A l'étranger

UFI, The Global Association of the Exhibition Industry, qui rassemble à l'échelle internationale l'ensemble des acteurs de l'organisation de foires et salons et des

infrastructures : www.ufi.org . L'annuaire des membres donnent accès à l'ensemble des acteurs dans le monde,

AUMA, Ausstellungs-und Messe Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, fédération allemande des salons et foires, en Allemagne, absolument incontournable pour la richesse de ses informations et la vision de l'ensemble de la filière foires et salons dans le monde : www.auma.de. La fédération des prestataires, la FAMAB, en est aussi membre : www.famab.de

AEFI, Associazione Esposizioni e Fiere Italiane, qui représente la majorité des sites et organisateurs de foires et salons d'Italie : www/aefi.it

AEO, Association of Event Organiser, Association britannique des organisateurs de foires et salons, www.aeo.org.uk,

IAEE, International Association of Exhibitions and Events, http://www.iaee.com/, association internationale, issue de l'association nationale américaine. Ses travaux d'études sont ceux du CEIR.

EMECA, European Major Exhibition Centres Association, http://www.emeca.eu/, comme son nom l'indique, rassemble une vingtaine de parcs d'exposition d'envergure en Europe,

CEIR, Center for Exhibition Industry Research, http://www.ceir.org/, localisé au Texas, organisme dédié à des recherches économiques et techniques sur le secteur de l'exposition et ses marchés,

SISO, Society of Independent Show Organizers, http://www.siso.org/, internationale, mais largement dominée par ses origines américaines,

Le BIE, Bureau International des Expositions, www.bie-paris.org , « l'organisation intergouvernementale qui encadre et réglemente les Expositions Universelles depuis 1931. »

IFES, the International Federation and Exhibition and Event Services, www.ifesnet.com/ , qui rassemble notamment l'ensemble des associations nationales de prestataires de services. L'IFES est aussi membre de l'UFI.

IELA, International Exhibition Logistics Association, www.iela.org/, association des professionnels du transport logistique et du fret dans l'industrie de l'exposition et de l'événement.

Plus particulièrement sur les réunions et congrès :

UIA, Union of International Associations, http://www.uia.org/, n'est pas une association dédiée aux professionnels de la filière, mais aux associations qui sont notamment organisatrices de congrès et réunions. L'UIA produit des statistiques de référence pour le marché des congrès dans le monde.

ICCA, International Congress and Convention Association, http://www.iccaworld.com/, référence incontournable du monde des congrès, productrice avec l'UIA des statistiques les plus complètes sur le marché des congrès et réunions.

MPI, Meeting Professionals International, http://www.mpiweb.org/, association largement répandue dans le monde, grande pourvoyeuse d'études et de formation dans le secteur des congrès et des réunions,

IAPCO, International Association of Professional Congress Organizers, http://www.iapco.org/,

EVENT INDUSTRY COUNCIL. C'est une fédération d'une trentaine d'organisations américaines ou internationales dans le champ de l'évènement, majoritairement de réunions et de congrès, inclus le secteur de l'hôtellerie. En sont membre, par exemple, l'ICCA, l'UIA, l'IAPCO, le SISO, l'IAEE : www.eventscouncil.org.

JMIC, Joint Meeting Industry Council, www.themeetingsindustry.org/,

Tableau 7. Liste de quelques associations et fédérations importantes de la filière

Leur production de connaissance est composée[1] de :

- Etudes et statistiques sur la filière, principalement sur le registre de la quantification du marché, de l'analyse des acteurs en présence, de la chaîne de valeur et des métiers, du marketing et de la prospective, des enjeux du digital ;

- Production d'outils de mesure de l'activité et de ses retombées économiques (parfois au-delà dans les sphères du sociétal[2]), production de normes ou mises en place de normes ;

[1] Nous ne décrirons pas les études existantes dont quelques-unes font partie de notre bibliographie « Rapports et études dans la profession de l'évènement ». Les plus grands pourvoyeurs d'études et d'information sur la filière restent l'UFI et l'AUMA pour les Foires et Salons et l'ICCA et l'UIA pour les Réunions et Congrès. Un certain nombre d'études ne sont pas librement accessibles et nécessitent soit un paiement soit une adhésion à l'organisme concerné (adhésion conditionnée par l'appartenance à la profession et par une éventuelle cooptation). L'UNIMEV en France est sans doute une des fédérations nationales les plus productrices d'information par rapport à ses homologues dans le monde et en particulier les fédérations italienne (AEFI), espagnole (AFE) ou anglaise (AEO). Constatons la création récente en France de « L'Innovatoire », plateforme digitale des tendances de la filière lancée par l'Unimev et l'apparition déjà citée du RIFEL en Allemagne. Il reste encore difficile d'obtenir des données sur le marché chinois de loin le plus grand en Asie, et avec la plus forte croissance dans le monde des expositions avec de nouvelles infrastructures parmi les plus imposantes. Une entreprise de conseil américaine, AMR, délivre moyennant finance, une étude annuelle panoramique sur l'ensemble de la filière et de ses acteurs, le GLOBEX. En France, l'institut privé XERFI produit des études sectorielles sur les Foires et Salons, le marché MICE ou la communication évènementielle. D'autres entreprises, spécialisées dans le tourisme et l'hôtellerie, peuvent produire des études en relation avec les FSC. Citons sans exhaustivité : KPMG, EY, Horwarth HTL, ou plus spécifiquement sur la France Coach Omnium ou Protourisme. Hormis le cas allemand où la lisibilité de son activité FSC est la plus complète, nous pouvons encore citer le cas français, finalement assez riche comparée aux autres pays leaders dans l'activité des FSC, avec une constellation de rapports produits par des institutions publiques depuis 2005, même si celle-ci, les années passant, ne brillent plus aussi clairement dans le ciel des professionnels qui semblent l'oublier : MARGOT-DUCLOT 2005, CHARIE 2006, PLASAIT 2007, AUGIER 2009. Le contrat de la filière de l'évènement avec l'Etat date en France de 2016. Il montre déjà une part d'oubli des constats passés. Gardons en tête que, d'une manière ou d'une autre, les informations restent bien souvent à chercher et à consolider. Le travail d'analyse des politiques publiques dans le Tourisme, le Développement territorial ou la Recherche et l'Innovation est encore à faire, y compris pour mesurer la faible importance aujourd'hui du sujet des FSC.

[2] L'UNIMEV est depuis plusieurs années sur un projet de Calculateur de la performance globale : « Le Calculateur Cleo est une plateforme informatique évaluant les impacts des événements et territoires événementiels. Grâce au renseignement de données, les professionnels produisent des reportings estimés ou réels compilant jusqu'à 72 indicateurs stratégiques, pilotables et valorisables, répartis en 3 catégories :

• "**performance de la rencontre**" (développements business, scientifiques et réputationnels des communautés rassemblées) ;

• "**retombées événementielles et touristiques**" (économiques, sociales et fiscales) pour les territoires ;

• "**bilan environnemental**" (empreinte carbone, consommations énergétiques, déchets et initiatives positives).

- Rapports de synthèse sur l'ensemble de l'activité à l'échelle d'un pays à vocation de définition de politique publique et de partenariat Etat-Filières ;

- Les stratégies politiques elles-mêmes en tant que formalisation du rôle des FSC à l'échelle d'un territoire, d'un pays, d'une union de pays, qu'elles soient économiques, de recherche et d'innovation, touristiques, culturelle ou autres ;

- Définition d'arguments à des fins de lobbying politique pour encourager les investissements ;

- Activité d'échanges des meilleures pratiques et de formation ;

- Et de manière spécifique, des études produites non pas sur la filière, mais sur les thèmes et les filières des manifestations, ce qui forme une annexe dans cette production de connaissance compatible avec des partenariats possibles avec la recherche.

La recherche scientifique est assez faiblement intégrée à cette production (des partenariats existent, mais ce que la recherche scientifique a déjà produit de son côté est peu identifié), qui reste plutôt le résultat d'un travail interne à la profession ou aux organismes publics impliqués ou éventuellement de consultants spécialisés dans le marketing et le management, parfois en ingénierie technique, territoriale, financière et juridique (montage de sociétés, de projets d'infrastructure par exemple). Mais ce peut être justement le résultat d'une de ces productions d'encourager aux investissements dans la recherche. Cette production de connaissance est dense mais éclatée, souvent sans consolidation d'un pays à l'autre, sans regard même d'un pays à l'autre. Il n'existe pas de travaux d'analyse et de synthèse sur cette production. Elle reste assez loin encore de l'autre ensemble de production de connaissance, celui de la créativité et de l'innovation. Des ponts manquent et cela explique peut-être en partie l'assez faible intégration de ces résultats dans les pratiques et les stratégies des entreprises individuellement (hormis sans doute le cas allemand le plus intégré de tous). Son dispositif de production offre toutefois des points d'accroche à la fois avec

Ces rapports servent les actions et argumentaires commerciaux, marketing, institutionnels et RSE des organisateurs de manifestations et gestionnaires de lieux événementiels. » https://www.lecalculateur.fr/comprendre/

l'ensemble de la recherche scientifique et avec celui de la créativité et de l'innovation. En revanche, il est tout à fait possible d'imaginer que l'arrivée sur le marché de prestataires capables de traiter les datas en provenance de la sphère digitale et leur croisement avec celles produites par les acteurs dans leurs activité (qu'ils ont en nombre, mais qu'ils ne retravaillent pas) change demain la donne sur la vision de la filière.

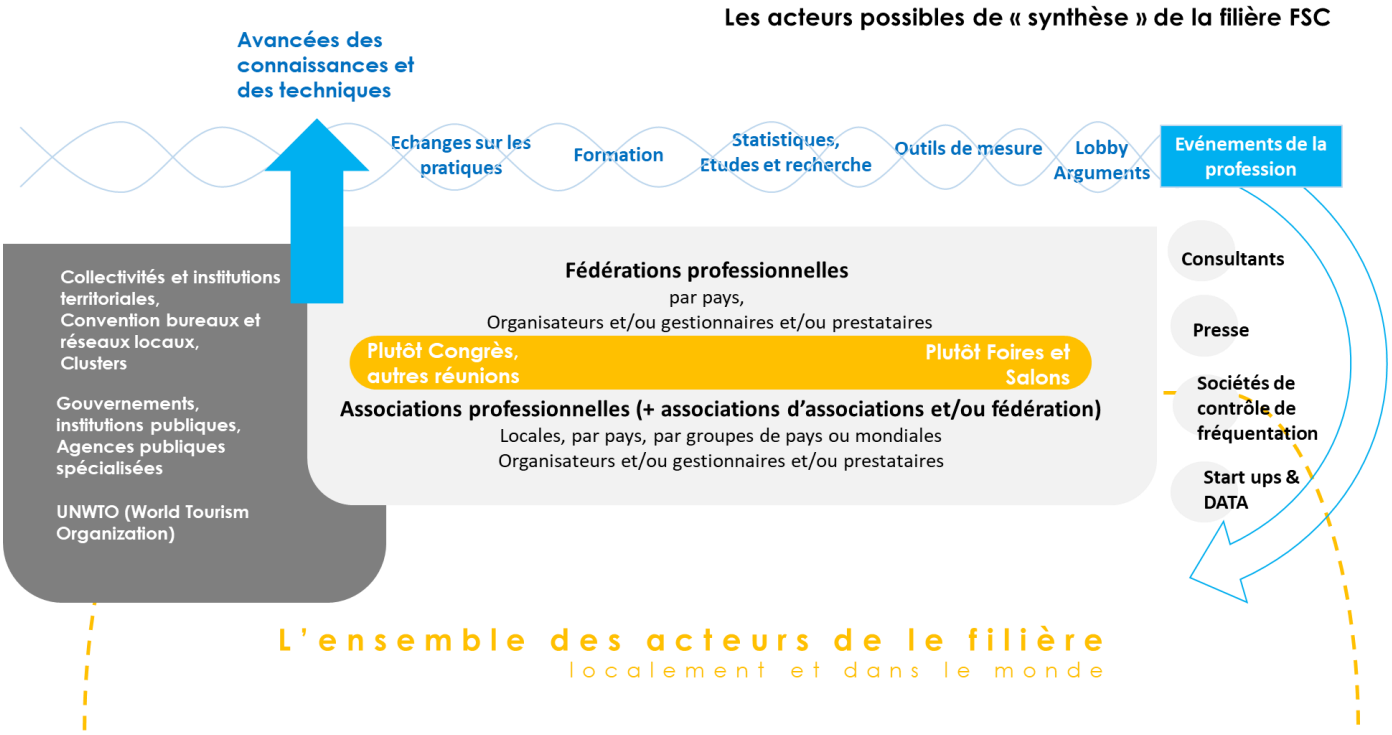

Fig 20. Les acteurs possibles de « synthèse » de la filière

II. Définition d'un système possible de la connaissance et de ses objectifs

Tout ce qui peut être productif de connaissance dans les FSC se résume à trois cercles, celui de la Recherche elle-même, celui de la Créativité et de l'Innovation des professionnels et celui des études, rapports et enseignements au sein de la filière. Il nous faut décrire schématiquement les réciprocités entre ses trois cercles et se servir de cette base pour définir les objectifs qui pourraient déterminer une stratégie au bénéfice des professionnels comme de la Recherche et de l'Innovation.

A. Relations entre les trois ensembles : Recherche, Créativité et Innovation, Etudes, Rapports et Enseignement

La réalité est dispersion et ce que dessine un schéma qui représente les trois ensembles de la Recherche scientifique, de la Créativité et de l'Innovation et le dernier des Etudes, Rapports et Enseignement ressemble plus à des fantasmes utiles pour avancer. Il s'agit de trouver les premiers bases relationnelles, dans cette réalité éclatée, nécessaires à la construction d'un système de la connaissance et à la compréhension de ses potentialités.

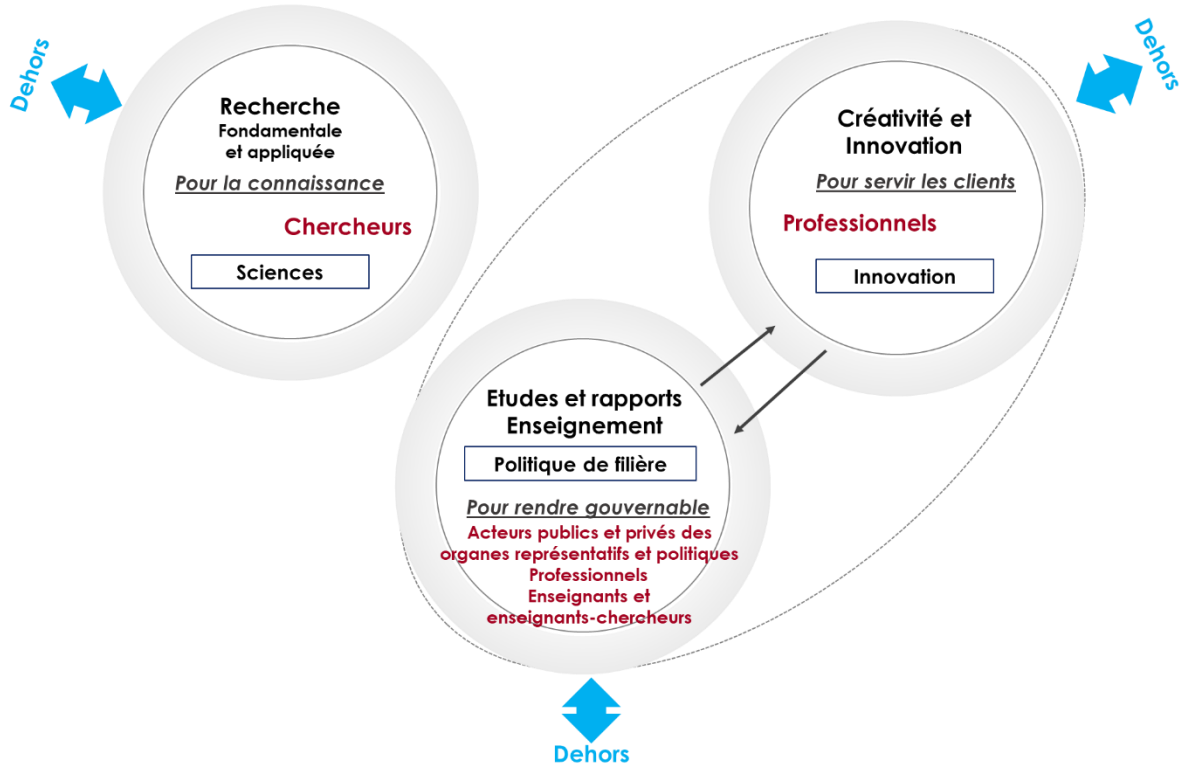

Fig 21. Les trois ensembles d'un Système possible de la Connaissance

Le schéma présenté n'est ainsi qu'un outil pour éclaircir la voie et, en même temps, le cadre d'un monde plus complexe et prolifique, auquel nous serons à chaque fois renvoyés, ne serait-ce que par ce pli systématique de chaque ensemble avec le dehors, dehors de la recherche scientifique sur le réel qu'elle cherche à connaître, dehors de la créativité et de l'innovation, fait des clients, de leurs marchés, de leurs mondes et territoires, dehors des études, rapports et enseignement vers les enjeux de gouvernance générale d'une entreprise, d'une filière, d'un pays. Ce dehors forme bien autant de turbulences au sein de chaque ensemble, des intérêts divergents, des conflits, des objectifs éloignés, des sollicitations multiples, des temporalités aussi qui varient. N'oublions pas qu'aujourd'hui rien de majeur dans la construction d'un système de la connaissance dans l'activité des FSC n'a encore été produit.

Quels sont les supports de relations dans cette réalité dispersée ?

- **La rencontre des acteurs**. Le support principal dans cette réalité dispersée, et sans les formes réelles des grands ensembles, restent celui des femmes et des hommes qui se rencontrent. Il ne s'agit pas de naïveté, « les belles rencontres des humains », mais de la construction par micro-segments entre des personnes et leurs réseaux de projets qui peuvent passer d'un ensemble à l'autre, en fonction des opportunités et des situations territoriales. Un prestataire ou une série de prestataires s'unissent et travaillent avec une série de chercheurs, que cela soit sur des bases intellectuelles ou sur des bases d'échanges de prestations, voire de troc.

- **Des points de communautés dans les attitudes.** Aussi dissemblable soit le chercheur, mobilisé dans le temps long de ses travaux, ses méthodes et ses formes, du professionnel des FSC pris dans les urgences, les exigences des commandes des clients et la recherche de solutions techniques, tous les deux sont habités par la curiosité, la rigueur et la précision dans leurs pratiques, des passions et l'engagement pour des causes et un rôle dans les productions culturelles et les passages de frontières. Ces dimensions de pratiques, psychologiques et sociales, sont essentielles à la fois pour justifier les coopérations et pour contribuer à leurs réussites. Le goût de la recherche, les mises en perspectives stratégiques rapprochent l'ensemble de la Recherche de celui des Etudes, Rapports et Enseignements. Et les enjeux de la croissance

d'activité, de la professionnalisation et de la structuration de la filière réunissent les deux ensembles de la filière (Créativité et Innovation ; Etudes, rapports et Enseignement).

- **La poursuite des intérêts de chacun.** Les coopérations ne doivent pas détourner des fins de chaque ensemble, au contraire, les servir. Chacun doit y gagner. Nous sommes dans le monde des foires, salons et congrès, le commerce et les rencontres servent les intérêts de tous et dans la plage d'espace-temps qu'offrent les manifestations, il s'agit bien d'échanges entre pairs, qui, demain, repartiront chacun vers leurs propres horizons. Et au-delà des avantages des commerces en tout genre, la préservation des intérêts de chacun ouvre la voie à l'autonomie de chaque ensemble.

- **Les apports réciproques**. Chaque ensemble contribue au mouvement d'un autre ensemble. Lors de l'analyse des jonctions entre les FSC et ses plans de services, une grande part de ces réciprocités était mise au jour, notamment entre la Recherche et les FSC. A l'échelle interne, les professionnels, par leur pratiques créatives et d'innovation, fournissent aux chercheurs des ouvertures directes sur les clients et leur demande, des opportunités d'application de leurs travaux et une confrontation directe aux pratiques non scientifiques d'innovation. Réciproquement, les chercheurs apportent des nouvelles visions ou une meilleure vision aux professionnels sur leurs propres métiers, rôles et enjeux, des nouvelles connaissances utiles à l'évolution de leur pratique et de leur stratégie et des matières d'innovation, qui peuvent alors se coupler aux initiatives innovantes des professionnels. A l'ensemble « Etudes, Rapports et Enseignement », l'apport majeur reste les visions, les savoirs et les innovations, mais à des fins de définition stratégique ou de constitution de programmes pédagogiques. A l'inverse cet ensemble propose des opportunités très pragmatiques de positionnement de la recherche dans la politique de la filière, ou des filières via les dispositifs FSC, ou au bénéfice de la politique même de recherche et d'enseignement supérieur, et de manière tout aussi essentielle des débouchés et carrières dans l'enseignement. Il est certain que la présence des universités dans ce dernier cercle peut servir de levier pour renforcer les liens avec les laboratoires publics de recherche et les continuités recherche-enseignement. Les deux ensembles « Créativité et Innovation » et « Etudes,

Rapports et Enseignement », hors recherche, constituent bien les seuls moteurs actuels de recherche et d'innovation dans la filière. Les liens réciproques demeurent, nous l'avons déjà décrit, paradoxalement ténus, mais il est certain que les contenus, savoir-faire et pratiques innovantes, peuvent être champs d'études et de rapports et devenir constituants des bases de gouvernance que les organes représentatifs et les pouvoirs publics imaginent pour configurer la filière.

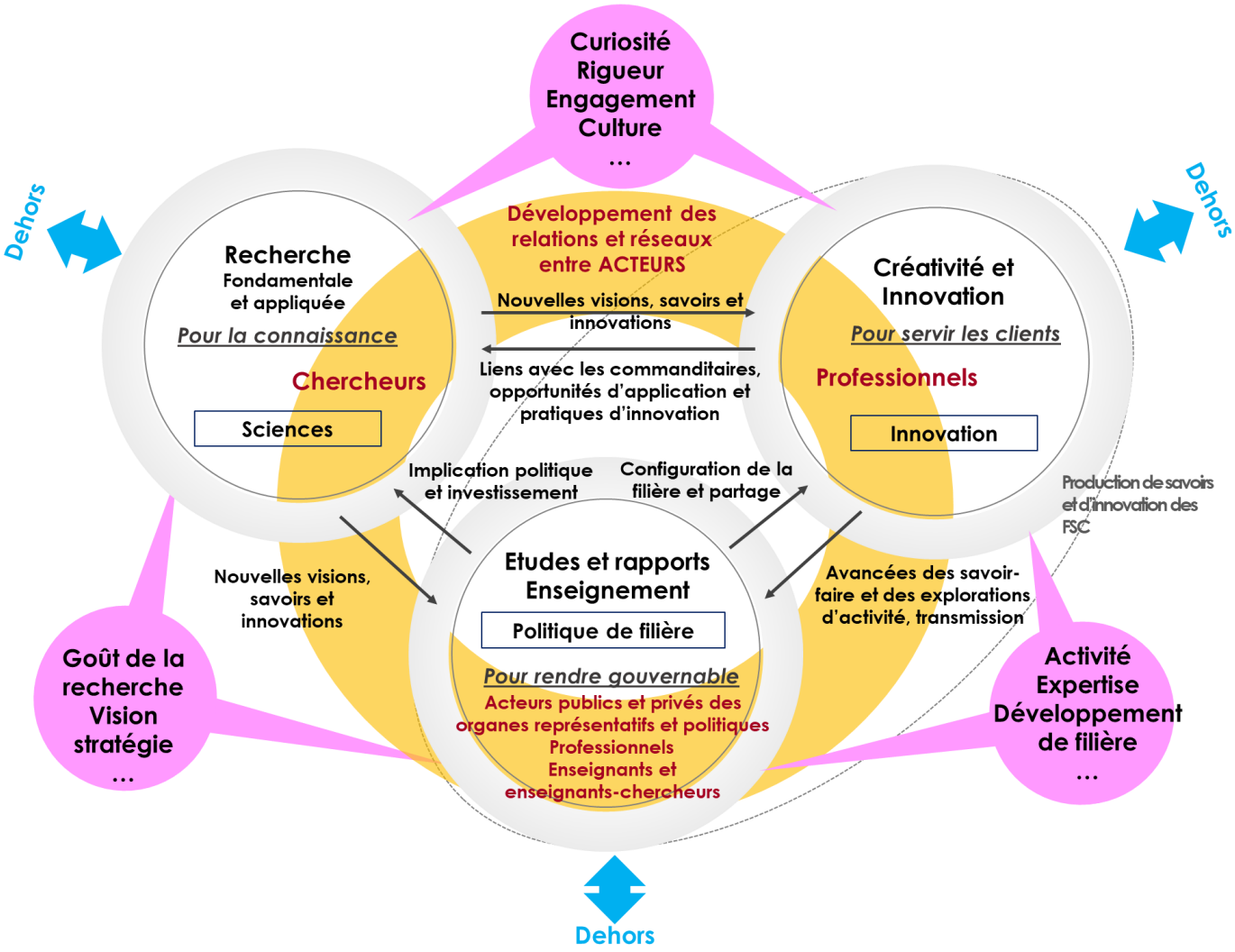

Fig 22. Système possible de la Connaissance

Cette brève description annonce bien, entre ces trois ensembles, très schématiquement, la série Science-Innovation-Politique, les potentialités de fonctionnement commun, par les relations entre les acteurs, par des attitudes souvent voisines, par des apports réciproques directement liés aux productions de chacun, au respect des intérêts et des engagements propres. Mais toutes ces potentialités sont rarement effectuées.

B. Vue sur les objectifs de système de la connaissance et des leviers possibles

Il s'agit ici de se donner les cadres de définition des objectifs de ce système de la connaissance, combien ce dernier doit dépasser, pour fonctionner, les objectifs mêmes d'une performance propre des FSC. Nous avancerons en trois phases : se donner les cadres de définition des objectifs de ce système de la connaissance, identifier des repères de sa logique générale possible, définir les objectifs possibles.

1. Les cadres de définition des objectifs

Le principe directeur est bien le service de champs d'activité tiers. Les professionnels des FSC sont mobilisés par les services qu'ils veulent rendre, les acteurs des plans de service veulent le développement de leurs propres ambitions, les chercheurs de celui de la connaissance. Donc, les premiers grands objectifs concernent les champs tiers, directement sur les leviers de la Connaissance, c'est-à-dire à la fois des productions scientifiques et non-scientifiques de savoirs, de l'innovation, des transmissions de connaissance. Et comme la recherche elle-même est orientée vers le développement de la connaissance au bénéfice des hommes, des filières et des territoires, il est possible de hiérarchiser ces objectifs en fonction de leur plan d'application : d'abord, la société de la connaissance, puis les mondes et territoires, alors la Recherche et l'Innovation et enfin les minuscules FSC.

Donc le développement du système de la Connaissance des FSC a pour objectif de :

- Contribuer au développement de l'économie et la société de la connaissance et à la résolution des grands défis sociétaux,

- Accroître les capacités de mobilisation des savoirs des Mondes et des Territoires et la croissance de leur puissance d'innovation. Cela signifie une très grande multiplicité de champs hétérogènes, même si parfois liés les uns aux autres.

- Contribuer au développement de la recherche scientifique, fondamentale et appliquée, des laboratoires à la valorisation sur les marchés, et cela dans la diversité des disciplines scientifiques et de leurs champs d'application.

- Contribuer aux transformations, aux croissances, aux innovations de l'activité des FSC pour assurer leur compétitivité et leur performance sur les marchés.

C'est en se projetant au-delà des FSC que la mobilisation des acteurs sera possible, et en proportion des effets de germination et des devenirs de l'activité, et non pas à se cantonner à son état réduit de germe. Et les FSC eux-mêmes ne sont donc pas les premiers servis dans le développement de ce système de la connaissance. Et si nous resserrons les regards sur les objectifs mêmes qui concernent les FSC, ils ne seront pas d'abord sur la professionnalisation ou la transmission des savoirs, même s'ils ne peuvent être que nécessaires, mais bien sur le process d'ouverture à la connaissance et de création d'innovation.[1]

2. Repères sur la logique générale du système de la connaissance

La machine générale ne peut être décrite, elle n'existe pas. En revanche, il est possible de se donner des repères possibles, des pistes qui pourraient qualifier une spécificité de ce système. De nos analyses précédentes, il est possible d'isoler cinq premiers repères : les femmes et les hommes, la transversalité, le pluralisme, les désirs et les cultures, les visions larges

a. Les femmes et les hommes

Les ensembles que nous décrivions dans le système interne de connaissance n'étaient que faiblement formés, plutôt faits d'une réalité dispersée. Ce sont d'abord les liens et la construction des réseaux entre les individus qui peuvent limiter cette fragmentation, plutôt que des grands principes formels de rassemblement. Il est probable même que ce soit la croissance des relations entre les ensembles qui favorisent la constitution et l'identification de chacun d'entre eux.

[1] C'est très important car la tentation peut être très forte de limiter les enjeux d'une recherche sur les FSC à la question directe de formation des futurs acteurs de la profession et à la croissance de leur expertise. Mais alors se refermerait la boucle sur le petit jardin des FSC, leur faible population et les débouchés minimaux pour les enseignants-chercheurs, très loin des échelles réelles de l'efficace de l'activité FSC.

b. La transversalité, les décloisonnements

Chaque projet et chaque action renvoient systématiquement à un dehors, à des filières différentes, des territoires, une société en devenir, chaque pan de la réalité étant plié sur un autre. Les méconnaissances des uns et des autres, des métiers, des champs d'actions contribuent en parallèle aux fragmentations. Le système de la connaissance aura donc intérêt à permettre des décloisonnements entre les métiers, entre les disciplines, des routes entre les territoires et les filières.

c. Pluralité plutôt que centralisme

Cette transversalité est donc couplée avec la pluralité des champs concernés, des populations, des territoires, des thèmes, des sujets, des partenariats possibles. Il faut imaginer que jamais cette pluralité ne puisse être réduite et que le complexe ne se simplifie pas. Seules sont possibles des modifications de ce complexe, des transformations, des déviations de rapports de forces ou de tendances, des déplacements, des changements de perspectives, des problèmes qui disparaissent pour l'apparition de nouveaux problèmes. La tentation d'un centre a peu d'avenir, mais plutôt des nœuds de combinaisons de séries eux-mêmes dispersés avec d'éventuelles nouvelles mises en série. Est-il possible d'imaginer un système construit au cas par cas, ouvert aux opportunités ?

d. Les désirs et les cultures

Si les hommes se méconnaissent, les distances qui les séparent ne sont pas infranchissables. La production scientifique participe à la création de culture, comment ne peut-elle croiser ces machines culturelles que sont les FSC, à la fois porteuses d'une culture de l'échange, et leviers des domaines qu'ils traversent ? Jusqu'à maintenant, il est à peine possible de voir quelques ponts, mais le terrain possible est favorable. Si les formes des mondes des FSC et de la Recherche peuvent dissembler, la vitalité des désirs et des cultures qui y séjournent peuvent se reconnaître.

e. Les visions larges

Les grands objectifs que nous avons définis dépendent de ces visions larges qui débordent toujours le périmètre initial (sur la connaissance, les engagements culturels ou pour des causes, sur les filières et les territoires). Avec les visions larges peuvent se croiser les engagements des uns et des autres, malgré leur différence de périmètre d'actions, recherche, FSC, territoires, etc. Et c'est bien la nature même de germination des FSC qui y conduit. Il n'existe pas une vision, la même pour tous, mais des perspectives multiples. Les visions donnent des grandes formes qui permettent de tendre des armatures solides, mais souples dans le système, et laissent toutes les conditions pour avancer plus matériellement dans la complexité de la réalité. Ce sont ces visions qui laissent la possibilité de formaliser des politiques.

Ces repères sont faits d'une matière souple. Ces repères sont humains, empiriques, de voyageurs. Ils forment des indices faibles, des pierres molles. Soit. Nous en acceptons l'augure, parce que les Foires, les Salons et les Congrès ne constituent jamais des formes abstraites descendues du ciel, mais toujours des poussées au milieu du réel, le soulevant ponctuellement et provisoirement, mais toujours en récidivant.

3. La définition des objectifs possibles

Pour simplifier, nous allons entrer dans le détail des objectifs que pourra intégrer une stratégie de Recherche et Innovation en quatre champs :

- Le champ de la Connaissance, qui inclut le développement des savoirs, les méthodes, de la vie scientifique et des mécanismes sociaux, territoriaux de production de connaissance,

- Le champ des Affaires, qui inclut les processus de valorisation de la recherche sur les marchés, l'innovation, les effets de communication, l'exploitation de contenus, le développement de la compétitivité, l'accès à de nouveaux marchés et partenaires,

- Le champ de la politique qui inclut principalement la Recherche et Innovation dans les stratégies élaborées dans la filière des FSC, et les leviers des FSC dans

le champ de la Recherche et de l'Innovation, à l'échelle des territoires internationaux, nationaux et locaux, des filières, des entreprises.

- Le champ de la configuration, qui inclut l'ensemble des effets de structuration des activités, de définition des rôles, de mise en place de processus de transmission et d'apprentissage, de construction des métiers.

C'est à partir de ces quatre champs (Connaissance/Affaires/Politique/Configuration) que nous pouvons dresser une liste non-exhaustive des principaux objectifs des stratégies de RI, qui permettront ensuite d'envisager les manières d'y parvenir. Il nous faut croiser ces quatre champs avec les domaines d'activité concernés, d'abord essentiellement l'activité FSC et celle de la Recherche et Innovation dans toute sa globalité, et ensuite les tiers servis par les FSC et la Recherche et Innovation eux-mêmes : les filières, les territoires, la société.

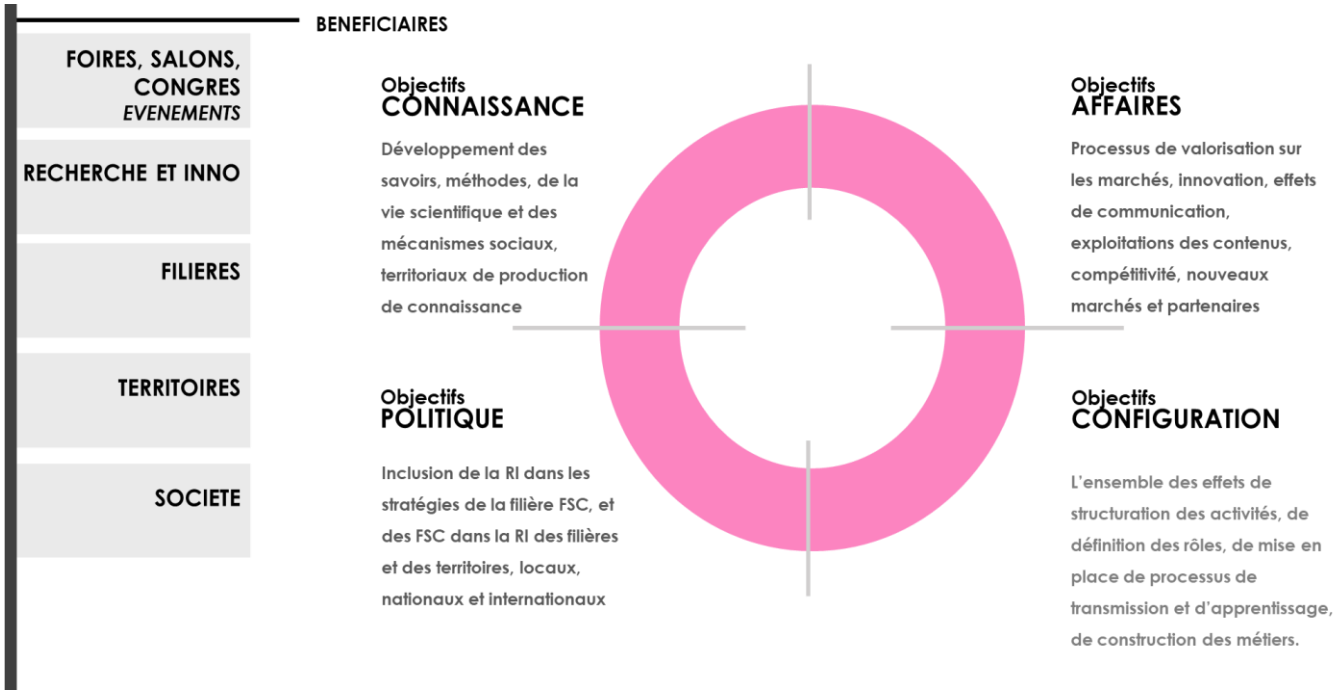

Fig 23. Schéma de construction des objectifs d'une Stratégie de Recherche et Innovation en fonction des bénéficiaires et évocation des critères

Voir le tableau détaillé d'exemples d'objectifs pages suivantes :

Tab. 8. Tableau des objectifs des stratégies de Recherche et Innovation

	CONNAISSANCE	AFFAIRES	POLITIQUE	CONFIGURATION
FSC	• Création d'un processus de Recherche et Innovation à l'échelle de la filière FSC, d'une entreprise ou d'une série d'entreprises, d'un organisme public ou d'une série d'organismes publics, en relation avec les marchés, qui implique à la fois la Recherche et les ressources internes de la filière en créativité et production de savoirs, • Croissance des recherches sur l'activité des FSC elles-mêmes ou sur des objets qui utilisent le champ et les dispositifs FSC, • Naissance et reconnaissance d'une communauté de chercheurs impliqués sur le champ des FSC, • Développement d'une Culture de la Recherche, de la Créativité et de l'Innovation au sein de la filière.	• Croissance remarquable des innovations dans la filière et d'une culture d'innovation à des fins de compétitivité face aux concurrents dans le même secteur et dans les autres secteurs de la communication et du commerce. • Croissance forte de création d'événements sur les bases de collaboration avec les acteurs de la recherche et de l'innovation : événements ou segment d'événements (pilotage, création de contenus, articulation avec les marchés, relations avec les industries), • Positionnement dans le spectre et les enjeux des industries créatives, • Formation de réseaux d'échanges entre les acteurs des FSC, les acteurs de la Recherche et de l'Innovation et plus largement les écosystèmes d'innovation avec les entreprises et les territoires.	• Affirmation de la priorité donnée à la création d'une Recherche et Innovation, • Affirmation dans les missions de la filière d'une contribution forte au développement de la Connaissance, de l'économie et de la société de la Connaissance, dans les mondes de la Recherche et de l'Innovation, des filières et dans les territoires, à des échelles locales à internationales, • Constitution d'outils plus amples d'aide à la décision portés par l'intégration des travaux et des partenariats de recherche.	• Développement et organisation de formations avec les écoles et les universités • Définition d'objectif de développement de nouveaux savoirs sur les FSC à des fins de professionnalisation, • Développement de débouchés d'enseignement dans cette formation pour les chercheurs investis sur les FSC
Recherche et Innovation	• Développement des échanges scientifiques lors des Congrès et Salons,	• Croissance remarquable des débouchés et des investissements de valorisation et de création de partenariat sur les marchés,	• Inclusion forte des dispositifs des Salons et Congrès dans les stratégies de recherche et d'innovation (champ de	• Renforcement de la place de la Recherche et de ses enjeux dans la société civile et dans les filières, renforcement

	• Renforcement des communautés scientifiques et des effets de savoirs de leur socialisation, • Développement de terrain d'expérimentation et d'observation sur les salons et congrès, • Développement de dispositif de transversalité et de proximité avec les marchés et la société civile,	• Développement des investissements publics et privés dans la recherche, naissance de nouveaux projets, • Développement de la communication et de la visibilité des acteurs de la recherche et de l'innovation sur leurs marchés et dans la société, • Croissance de l'activité d'événements et facilitation des moyens d'organisation.	recherche, socialisation, méthode, compétitivité, rôle sociétal) aux échelles locales et internationales	des échanges avec le monde non-scientifique.
Filières	• Développement des processus de Recherche et d'Innovation dans les filières, notamment croissance des innovations, de la connaissance des marchés et des proximités entre acteurs de la recherche, les entreprises, l'enseignement et les territoires pour la production de connaissance	• Développement de la valorisation de la recherche sur les marchés et multiplication des partenariats Recherche-Entreprises, • Croissance de la compétitivité par l'innovation et le développement de nouveaux marchés. • Développement des méthodes et approches de management de la connaissance dans les filières et les entreprises. • Développement de nouveaux événements,	• Introduction des dispositifs FSC dans les stratégies de Recherche et Innovation des filières et de leurs organismes et entreprises.	• Développement de la configuration des filières et de leur connaissance par les FSC, • Emergence de nouvelles filières et marchés, • Développement de nouveaux contenus, programmes et dispositifs d'enseignements
Territoires	• Développement de la Recherche et de l'Innovation (dispositif, méthode, production), • Renforcement de la territorialisation scientifique,	• Développement de l'attractivité des entreprises innovantes, des organismes de recherches et des investissements et des partenariats Recherche-	• Développement du leadership et de la compétitivité dans l'économie de la Connaissance,	• Détermination des excellences d'un territoire en Recherche et Innovation sur la scène nationale et internationale,

	• Croissance des échanges et des partenariats avec les autres territoires, • Renforcement des projets d'innovation urbaine	Entreprises dans la recherche et l'innovation, • Positionnement territoriale et rayonnement sur le développement de dispositifs d'excellences en Recherche et Innovation et dans l'enseignement, • Croissance du poids des FSC et des événements sur le territoire.	• Introduction des dispositifs FSC dans les politiques territoriales (Recherche, Innovation et Enseignement supérieur | Economie | Aménagement du territoire | Relations internationales)	• Construction de l'identité urbaine
Société	• Développement de la Connaissance (production, transmission, démocratisation, internationalisation, …) • Recherche de solutions aux problèmes complexes de la société : Climat, Education, Paix, Santé, ….	• Croissance de l'économie de la Connaissance	• Introduction des dispositifs FSC dans les politiques internationales (Recherche, Innovation et Enseignement supérieur | Economie | Aménagement du territoire | Relations internationales	• Détermination des territoires et des routes-clefs de la connaissance ; • Structuration des gouvernances de l'économie et de la société de la Connaissance ; • Développement d'évènements-clefs de politique internationale.

C. Conclusion

Un système possible de la Connaissance et ses objectifs sont loin d'être une contrainte pour initier la structuration d'une Recherche et Innovation dans les FSC. Au contraire, leurs énoncés leur donnent une existence et une validité possible. Le système ne se replie absolument pas sur une sacralisation de la recherche, mais sur l'équilibre entre trois ensembles qui eux-mêmes sont encore, pour le moment, de l'ordre de formes éclatées : La Recherche fondamentale et appliquée, la Créativité et l'Innovation des professionnels des FSC (peu reconnues comme ensemble), les Etudes, Rapports et Enseignements de la filière (de même, assez peu identifiés en tant que tels par les professionnels eux-mêmes). Chacun de ces ensembles est avant tout ouvert sur des champs extérieurs. Et leurs supports de relations entre eux tiennent à des rencontres entre les acteurs, des points de communauté dans les attitudes dans les pratiques et les psychologies, dans l'attention aux intérêts de chacun et aux apports réciproques aussi bien en termes scientifiques que non-scientifiques. Et les objectifs intègrent cette ouverture et la confirment : il est illusoire d'imaginer des objectifs limités au seul domaine des FSC. Ils sont autant d'enjeux de connaissance, d'affaires, de politique que de configuration d'activité : autant dire que les « prises » possibles de ce système et de sa mise en mouvement sont nombreuses, que les fils d'Ariane ne manquent pas. Comment ?

III. Le rôle central des évènements pour construire la stratégie, l'émergence des évènements-recherches

Il s'agit ici de s'interroger sur la manière de faire apparaître et de construire une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès et d'identifier en quoi elle repose, non pas sur la création de dispositifs externes qui viendraient se surajouter à la réalité des FSC ni sur les effets d'une grande volonté politique qui lui donnerait une priorité stratégique, mais sur l'utilisation des événements eux-mêmes comme autant de points de naissance et de laboratoires possibles. Cette Recherche et Innovation sera donc fondée sur une multiplicité de foyers de Recherche et d'Innovation, qui émergent du très vaste tissu des événements qui constitue cette réalité des foires, salons et congrès dans le monde. Ce sont des foires, salons et congrès qui serviront de pièces essentielles dans la production d'une Recherche et Innovation.

Après avoir répondu à la question de savoir pourquoi les évènements sont les supports nécessaires de la construction d'un système de la Connaissance des FSC, il sera utile de donner des repères de lecture de l'ensemble des évènements possibles pour identifier lesquels d'entre eux peuvent constituer des supports les plus efficaces.

A. Pourquoi les événements sont-ils les supports nécessaires de la construction d'un système de la Connaissance des FSC ?

Il reste long d'attendre une volonté politique, une grande déclaration, une conclusion franche sur l'indispensable besoin d'une Recherche et Innovation dans le champ des FSC. Il reste d'autant plus long d'attendre quand tout est déjà là : la multiplicité des événements constitue la base d'une réponse essentielle à la triple question des manières de construire une Recherche et Innovation, de contourner la contrainte d'une faible mobilisation et d'une formulation politique encore non énoncée ou si timidement et d'affirmer la compatibilité forte des dispositifs FSC dans les enjeux de production de connaissance.

1. Les évènements supports de la recherche comme réponse à la faiblesse des désirs.

S'orienter tout de suite sur la réalité des évènements permet de passer des attentes de grande volonté à l'expérience des désirs et volontés, des spontanéités et audaces, sur des segments épars d'initiatives et de projets en relation avec la Recherche et l'Innovation, à la fois des mondes tiers, filières, territoires, communautés scientifiques, et/ou avec l'exercice de leurs arts et leur recherche de solutions par les professionnels. Et les volontés et les désirs des uns et des autres, acteurs de la Recherche et de l'Innovation, professionnels des FSC ne peuvent s'y éteindre parce qu'ils ne sont pas directement liés à la production d'une Recherche et Innovation dans les FSC (peu mobilisatrice), mais à leurs propres intérêts : les événements encapsulent l'ensemble des relations entre les individus et de leurs actions dans un schéma général d'affaires propres à chacun.

Cette base des cas-événements est réelle et sûre et elle tient par un principe de multiplicité et de dispersion. Les départs de feux possibles sont donc nombreux.

2. Une géographie éclatée, une Recherche et Innovation à entrées multiples.

Partir de la réalité des cas des évènements ouvre à une très grande variété de cas et d'implantations dans une géographie éclatée. Le schéma d'une Recherche et Innovation dans les FSC implique une carte à foyers multiples, à plusieurs « centres de Recherche et Innovation », fonctions des cas temporaires et cycliques sur tel et tel territoire, dans tel ou tel monde social, dans telle ou telle filière économique ou discipline scientifique, etc… Et cette géographie éclatée offre autant de possibilités de proximités locales entre les manifestations et leur environnement territorial : industries, marchés, universités et laboratoires, instances politiques, populations, … Chacun de ces foyers pourra répondre à un ou plusieurs des objectifs d'une Recherche et Innovation dans les FSC que cela soit en termes de production de Connaissance, de développement d'affaires et de valorisation de la recherche, de pilotage politique ou de configuration de champ d'activité.

Cela signifie qu'il est possible d'envisager une Recherche et Innovation dans les FSC sous forme d'un grand plan constitué par une multiplicité de pôles, indépendante

d'une vision unitaire ou centralisée. En revanche, malgré le bouillonnement possible de ce plan polycentrique, reste toujours effectivement la question des modes de « cristallisation ». Comment passer de points épars à des mouvements perceptibles, repris en tant que tel pour une Recherche et Innovation dans les FSC ?

3. Les routes de propagation et d'imitation

Il existe déjà des mises en série plus ou moins abouties entre foyers de manifestations (salon-mère et ses duplications internationales, déplacements des congrès de telle ou telle discipline de ville en ville, circuits de salons faits par les exposants et les visiteurs sur les salons de leur marché, circuits logistiques des prestataires entre grandes villes de congrès et d'exposition, etc…), encastrées dans les prestations et les pratiques d'organisation, dans les affaires et les cycles des manifestations, de leurs voisinages géographiques, de leur communauté de thèmes, de filière ou de marché, de leurs mixités de populations, des multiples réseaux sociaux qu'elles contribuent à former ou dans lesquels elles se retrouvent impliquées, etc…Cette géographie éclatée des cas de manifestations est ainsi formée de « routes », même si aujourd'hui elles ne sont que très rarement identifiées et valorisées dans la profession. Elles existent et forment des lignes de propagation des idées et des projets d'un évènement à l'autre.

Autrement dit, Il est possible d'envisager, via ce réseau de routes inter-événements, des leviers de propagation et d'imitation des projets de Recherche et Innovation.

Mais la question ne reste pas résolue de savoir ce qui provoque l'étincelle, le départ des mises en ligne. Il ne peut pas s'agir donc ni d'une volonté, ni de l'effet d'une centralité, mais plutôt d'effets d'accumulation, de résonance, d'amplification de petites causes locales. L'effort n'est pas à porter sur un vouloir, mais sur la connaissance et l'exploitation des puissances propres de médiation et de communication des manifestations, des forces en présence, des faits existants, d'abord en relation avec les intérêts particuliers de chaque groupe d'acteurs.

Pour développer une Recherche et Innovation dans les FSC, le chemin est court, aller directement aux cas-événements. C'est l'expérience du tissu des cas-événements qui produira des images de Recherche et d'Innovation. Mais Il faut apprendre à lire cette réalité.

B. Approche d'une lecture des cas-évènements en fonction de leur intensité de Connaissance

Si l'enjeu n'est donc pas de créer ex nihilo une Recherche et Innovation, il est de pouvoir lire dans la réalité des FSC les puissances de Recherche et Innovation. Il s'agira donc ici de déterminer un premier schéma de lecture des puissances de Connaissance des manifestations, des cas-événements, un premier filtre qui permet de s'interroger localement sur les articulations de telle ou telle manifestation avec la Recherche et l'Innovation

1. Précisions sur la part de Connaissance à évaluer

Il n'existe pas aujourd'hui de mesure dans la profession d'un niveau d'intensité de connaissance de telle ou telle manifestation. Les approches de certains chercheurs en faveur d'une mise en relation des salons avec l'économie de la connaissance n'ont pas encore migré au sein des professionnels par une mesure de cette relation, ni même parmi les utilisateurs.

Evaluer les relations, à l'échelle des manifestations, avec la Connaissance serait donc nouveau et à construire. Quelle est l'assiette de cette Connaissance qui servirait de base à cette évaluation ? Dans la mesure où cette évaluation sera un des leviers pour faire émerger les richesses de production de Connaissance dans les manifestations, cette assiette doit inclure les principaux éléments que nous avons déjà analysés :

- Les deux grands ensembles larges de Recherche et d'Innovation. Cela signifie principalement de ne pas oublier les champs de la Recherche et de ne pas se limiter à l'Innovation, qui suscite, nous le savons, largement les préférences et les attentions,

- La Recherche dans ses cinq dimensions, en relation avec les intérêts des FSC, de la Recherche et de l'Innovation, des Mondes et des Territoires : Recherche centrée sur le FSC, Recherche sur des champs tiers dans lesquels les FSC peuvent avoir un rôle, Recherche sur les champs tiers dans lesquels les FSC servent spécifiquement de terrain et de laboratoire, Recherche qui se valorise sur les marchés et pour laquelle les FSC sont des outils de valorisation,

Recherche sur les méthodes de développement de la Recherche et de l'Innovation au travers des apprentissages acquis sur les FSC,

- La Recherche et l'Innovation à l'échelle des trois cercles que nous avons identifiés, celui des acteurs de la Recherche et de l'Innovation, celui de la créativité des professionnels des FSC et celui des rapports et études de la filière FSC,

- En considérant les quatre grands champs d'objectifs : Production de Connaissance, Affaires, Configuration d'activité et Politique.

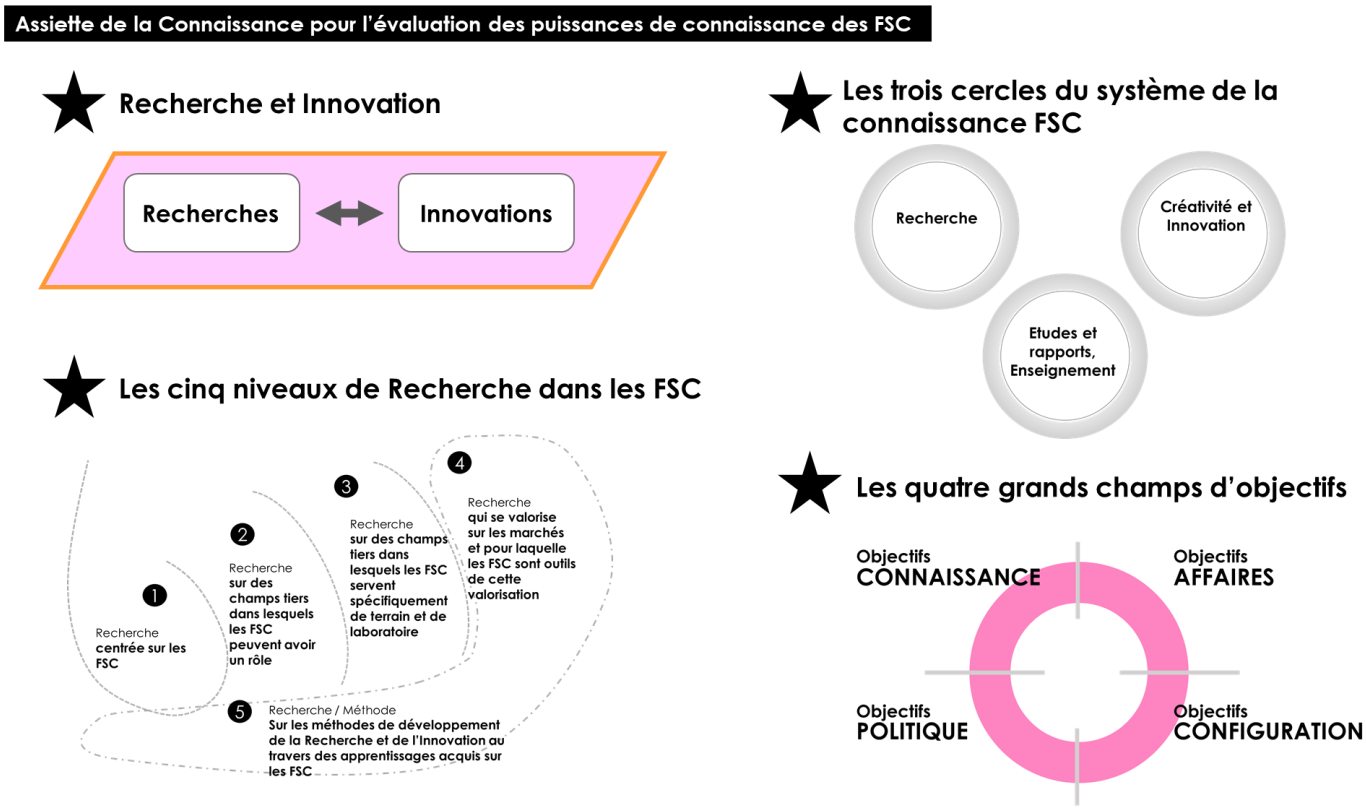

Fig.24. Assiette de la Connaissance pour l'évaluation des puissances de connaissance des FSC

2. Les critères qui peuvent servir à la construction d'une grille de lecture

L'ensemble de la réalité des Foires, Salons et Congrès présentent des aspérités multiples qui peuvent définir ses liens avec la Connaissance : les thèmes, les contenus, les acteurs impliqués, les projets menés, les relations avec les territoires d'implantation, les formats des manifestations, … Il est possible de classer quelques-unes de ces aspérités pour en faire des critères de lecture de ces relations. Nous les organiserons en suivant les quatre entrées que nous suivons depuis le début : la Recherche et l'Innovation, les FSC, les Mondes et les Territoires.

a. La lecture la plus évidente : les événements directement impliqués dans une thématique de connaissance

Il est possible de distinguer les manifestations suivantes :

Les congrès scientifiques eux-mêmes, en incluant les différentes formes de réunions, colloques, séminaires, etc. Ils représentent une part majeure de l'ensemble des congrès et réunions[1]. Ils portent directement sur l'état des avancées de la science dans telle ou telle discipline ou champ de scientifique et technique. Ils sont des émanations directes des communautés scientifiques, des sociétés savantes, des centres de recherche.

Les manifestations en rapport avec des enjeux de valorisation de la recherche[2], congrès, salons, rendez-vous d'affaires dont les objets varient entre l'état des avancées et la recherche de partenaires par les organismes de valorisation et les centres de recherche pour développer des solutions innovantes ou assurer des prestations sur les marchés. Elles incluent les manifestations de recherche d'investisseurs pour les start ups, "spin off" de la Recherche. Et l'on peut percevoir aujourd'hui la tendance générale à la multiplication de ces manifestation type Invest

[1] Le rapport de l'ICCA 2014 (et 2018) évalue sur les seules rubriques Medical Science, Science, et Social sciences cette part à plus d'un tiers de Congrès et réunions, sans compter les congrès à caractères scientifiques qui se retrouvent intégrés à la thématique d'un secteur (Management, Agriculture, Technologie, etc…)

[2] Nous pouvons citer en France le Congrès du Réseau CURIE (Valorisation, transfert de technologie et innovation issue de la recherche publique), France Tech Transfer Invest, le salon Innovatives SHS (http://innovatives.cnrs.fr/)

forum[1]. Ces dernières manifestations sont souvent segmentées en fonction de leur domaine d'activité : biotechnologie, matériaux, santé, climat, digital, …

Les manifestations de l'innovation à proprement parler, qui abordent l'innovation en tant que telle, comme phénomène transversal à plusieurs champs d'activité, ou sur une thématique transversale[2]. Nous sommes à la bordure avec l'ensemble des salons professionnels, sur des industries spécifiques, qui annoncent largement la présentation d'innovation comme leur motif de base (Exemple fameux du CES[3], Consumer Electronic Show). Pas loin apparaissent des manifestations en plein croissance et succès autour de l'économie du digital et les start ups : Web Summit, SLUSH, Nordic Business Forum.

Les manifestations qui se positionnent dans des domaines assimilables à celui de la Connaissance : l'éducation, la culture, les industries créatives (Edition, Médias, Cinéma, Art contemporain, …)[4]. La seule considération des thématiques met au jour les ponts de la Recherche avec ses enjeux les plus proches, l'éducation, l'enseignement, la transmission, les supports de diffusion, ou plus lointain, mais tout autant décisif, la culture sous ses formes les plus hétérogènes, la révolution digitale, la proximité ludique avec le grand public, etc…

Les manifestations dans des domaines d'activité à forte implication de R&D ou qui peuvent correspondre à des domaines prioritaires de stratégie de recherche de

[1] https://techtour.com/events/allevents

[2] Nous pouvons citer par exemple The Innovation Summit (http://www.jedc.org/innovation/) qui s'annonce comme une manifestation transversale « The Innovation Summit is Alaska's premier innovation conference and gathers hundreds of professionals across all disciplines. This year the theme is Designing Alaska's Reality, followed by an in-depth look at entrepreneurship and Alaska's leading industries", le Dubaï International Innovation Show, le Arabia Innovation,

[3] https://www.ces.tech/ : « THE GLOBAL STAGE FOR INNOVATION. CES is the world's gathering place for all those who thrive on the business of consumer technologies. It has served as the proving ground for innovators and breakthrough technologies for 50 years — the global stage where next-generation innovations are introduced to the marketplace. Owned and produced by the Consumer Technology Association (CTA), it attracts the world's business leaders and pioneering thinkers."

[4] Reed Exhibitions, un des leaders mondiaux, distingue une quinzaine d'ensembles d'industries dont « Publishing Media and Communications » dans lequel peuvent se trouver le Salon du Livre de Paris ou les salons MIP (marché des programmes télévisuels), MIDEM (Marché de la musique) ou les salons de bandes-dessinées. Mais cette rubrique ouvre aussi sur les jouets, le e-Sport. Il est donc facile d'apercevoir les porosités, pas à pas, de manifestation en manifestation de la science la plus rigoureuse des laboratoires à la culture de la bande-dessinée ou à l'ensemble de l'Entertainment via les offres médias.

territoire[1] : La santé, les biotechnologies, les technologies spatiales et aéronautiques, la défense, l'informatique, le climat, le transport, …

Mais cette liste n'exclut pas la prise en considération de toutes autres manifestations, bien qu'elles ne soient pas directement impliquées dans une thématique de connaissance.

b. Dans chaque manifestation, une constellation (composition) de productions de Connaissance

Chaque manifestation, qu'elle soit thématisée sur la Connaissance ou pas, comporte elle-même une réalité composée d'éléments qui peuvent être en rapport avec la Recherche et l'Innovation :

Qui ? Le critère le plus important est l'identification des acteurs présents. QUI est là ? Quels sont les personnes et les organismes directement affiliables à la Recherche et l'Innovation qui participent à la manifestation, que cela soit dans son pilotage, dans ses intervenants ou exposants ou dans les visiteurs ou congressistes. Il peut être utile de hiérarchiser cette analyse est de préférer d'abord le repérage des présences dans les instances de gouvernance d'une manifestation (comité de pilotage, comité technique), puis parmi ses intervenants et exposants, en particulier pour les manifestations non thématisées sur la connaissance. La présence d'organismes scientifiques dans les comités de pilotage des salons peut déterminer les bascules possibles vers des projets de Recherche et d'Innovation. La part des surfaces d'exposition dédiées à la Recherche et l'Innovation peut qualifier un niveau

[1] Les dix défis sociétaux définis dans la Stratégie Nationale de la Recherche française :
Gestion sobre des ressources et adaptation au changement climatique ; Une énergie propre, sûre et efficace ; Le renouveau industriel ;Santé et bien-être ;Sécurité alimentaire et défi démographique ; Transports et systèmes urbains durables ; Société de l'information et de la communication ; Sociétés innovantes, intégratives et adaptatives ; Une ambition spatiale pour l'Europe ; Liberté et sécurité de l'Europe, de ses citoyens et de ses résidents (http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid86688/strategie-nationale-de-recherche-france-europe-2020.html)

d'investissement d'une manifestation sur le sujet, outre une certaine traduction de la réalité d'un marché.[1]

L'identification des partenariats existants avec la Recherche et les projets de recherche menés lors des manifestations : stages d'étudiants, terrain d'études pour des étudiants, projets de thèse, signature de convention professionnels FSC-Organismes de recherche et d'enseignement, échanges de services (par exemple, mise à disposition d'espace ou de levier de communication vs offre de conseil ou implication dans des projets de l'organisme en recherche ou dans le cadre de ses relations institutionnels avec des acteurs d'un territoire).

L'identification, dans le programme de la manifestation, des contenus de rencontre (qui peuvent être l'expression parfois des partenariats signés) qui traduisent une activité de connaissance : d'abord les cycles de conférences et forum, mais aussi les rendez-vous d'affaire pour la recherche de partenaires pour la recherche, les espaces d'exposition d'innovation, la place donnée aux start ups spin off de la recherche, les créations de living labs. Il faudra inclure de plus en plus dans ces formats de rencontres les hybridations avec des formes digitales.

L'identification des signes de communication. Chaque manifestation est un appareillage de communication : positionnement plus ou moins marqué de la marque de la manifestation sur l'innovation et la recherche, valorisation de la présence de la recherche, visibilité de la présence des partenaires de recherche (logo, contenus éditoriaux, participation au programme)[2]. Nous touchons par ce dernier point à un autre volet d'identification de relation avec la Connaissance, celui de sa production par les formats et l'activité même de l'organisation.

[1] Présence dans les comités de pilotage, part d'exposition peuvent très facilement devenir des objectifs pour une politique de Recherche et Innovation, par exemple pour un organisateur prévoir que la majorité des comités de pilotage de ses portefeuilles de salons comportera au moins un organisme de recherche, ou décider que tel organisme de recherche, dans le cadre d'un partenariat, participera à une série de salons ; définir que 3% des surfaces d'exposition seront dédiés à des acteurs de la recherche, …et à l'inverse pour un organisme de recherche, inscrire dans sa stratégie de devenir copilote ou partenaire d'une série de salons prioritaires sur ses domaines d'application.

[2] Il faut d'ailleurs souligner qu'il peut exister un écart entre la réalité du contenu de la manifestation sur les thèmes de la connaissance et leur valorisation dans les outils de communication de la manifestation, plus dans un sens d'oubli de communication que d'exagération. Et de la même manière qu'est souvent négligée la réalité de connaissance de l'activité des FSC, les organisateurs n'exploitent pas assez cette réalité à l'échelle de leurs propres manifestations.

L'empreinte digitale des évènements[1]. Il commence à être possible d'analyser dans le détail les effets et les contextes digitaux des évènements : conversations, influenceurs, réseaux, thèmes, pratiques, etc…Ces technologies d'écoute digitale sont encore peu utilisées par la profession, mais pourraient très facilement permettre de créer « des indicateurs de connaissance » capables d'identifier et d'évaluer des contenus, des personnes, des organismes, de réseaux en relation avec des enjeux de connaissance.

c. Les critères de production de connaissance dans l'organisation des manifestations

En restant toujours à l'échelle des manifestations, et maintenant que nous avons décrit des critères d'ancrage des manifestations dans la connaissance, soit directement comme manifestation du monde de la connaissance, soit par une part de ses éléments de contenus et de communication, nous pouvons nous intéresser à l'autre versant de la manifestation, sa propre machinerie, son propre process de production : En quoi peut-il être plus ou moins qualifié de levier de production de connaissance, toujours pour les deux pans de la profession des FSC et de la Connaissance en général. Il faudra que ces éléments soient suffisamment visibles pour être repérables par la profession des FSC, les utilisateurs et les décideurs :

Les formats des rencontres : évolutions et création de formats de rencontre (exemples : format de prise de parole, des réunions poster, organisation de rendez-vous d'affaires, gamification via les outils digitaux, …), la mixité de formats (événementialisation, composition d'expos, de festival[2], de pitch, de conférences, de rendez-vous d'affaires[3], …), développement d'outils de rencontres personnalisées (développement d'outils de plateforme et de prises de rendez-vous), travail d'adéquation des formats et des contenus à la complexité des marchés,

[1] Une seule start up dans le monde semble s'être spécialisée sur l'écoute digitale du secteur évènementiel. Elle est française et se nomme bziiit. L'écoute digitale est pourtant un vaste marché, mais les acteurs de ces technologies n'ont pas investi ce secteur qui reste sans doute de trop petite taille. Une des raisons du faible déploiement d'entreprises d'écoute digitale dans le monde de l'évènement et des FSC est peut-être aussi due à la faible demande de la profession qui semble peu aguerrie à l'usage du digital et sans doute aussi aux pratiques des analyses serrées.

[2] La profession parle maintenant de « festivalisation » (SELESNICK 2018)

[3] Exemple du SXSW, du SLUSH ou du Nordic Business Forum

Le niveau de transformation numérique, principalement en termes d'outils de mise en relation, de diffusion, d'analyse des marchés et de communication.

La part d'hybridation entre le physique et le digital : le déploiement de nouveaux formats de rencontres digitales en ligne (cycles d'ateliers en direct, multiplication de lieux physiques d'évènements croisée avec des mises en lignes, partage du « direct » physique avec le « direct » digital, duplication dans des univers de simulacres, e-sport…), création de nouvelles communautés, de nouvelles approches éditoriales. Tout ce champ est voué à se développer[1] ;

L'intégration des technologies : wifi, logistique, sécurité, protection de la propriété intellectuel[2], mise en scène, marketing et communication, services,…Cela entend en particulier le niveau technologique du site d'accueil de la manifestation,

Le process d'organisation : mécanismes créatifs entre les professionnels, démarche qualité, mode de coopération, intégration des normes RSE, montages financiers.

La Recherche et Innovation : Eventuellement, mais c'est encore très rare, existence ou pas d'une démarche de R&I.

Les choix de livraison par les organisateurs d'études sur leurs manifestations (capacités à restituer des informations et des représentations sur les mécanismes et les effets de la manifestation) ou sur les marchés d'exercice (études de marché) de celles-ci. Nous retrouvons là la question du contenu éditorial de connaissance, mais attaché au système général de composition de la manifestation,

[1] L'évènement du COVD 19 a créé une émergence de nouveaux formats digitaux et le lancement de nouveaux évènements directement en ligne. Même si cela est encore mesuré parmi les acteurs de la profession.

[2] Il existe tout un sujet, sur les manifestations, de protection de la propriété intellectuelle liées aux mécanismes contradictoires de diffusion et de protection du capital immatériel des entreprises. Il n'est pas rare de voir apparaître des agents de renseignements généraux sur des manifestations liées à la défense d'un territoire (par exemple un salon ou un congrès sur les technologies de l'espace). Des organisateurs mettent en place des dispositifs contre l'enregistrement (photo, film, son) des objets exposés ou des espaces plus confidentiels d'échanges. Plus le risque de vol des idées est maîtrisé, plus la qualité et les contenus des échanges seront intéressants. Nous avons peu constaté, lors de notre étude, des plaintes justement sur l'absence d'intérêt d'échanges provoqués par la trop grande prudence des interlocuteurs sur les sujets discutés.

Duplication des manifestations et routes : la part de duplication de la manifestation sur d'autres territoires, créent des opportunités de mise en réseau et de « routes » de circulation des acteurs et des informations. Nous touchons là à l'articulation de la manifestation avec les enjeux plus larges des Territoires et des Mondes qui sera notre point suivant.

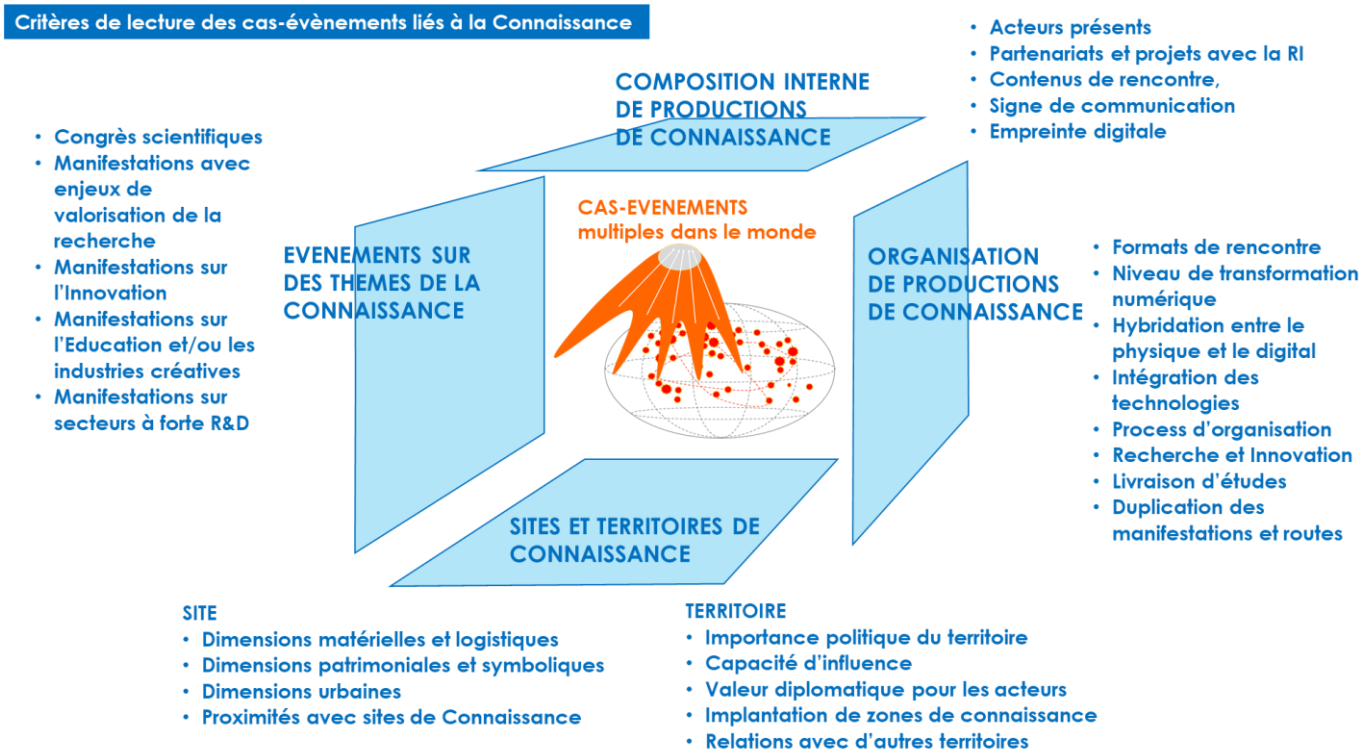

Fig 25. Critères de lecture des cas-évènements liés à la Connaissance

d. Sur chaque territoire, le poids des acteurs de la connaissance et les liens avec les manifestations ou l'implantation des manifestations corrélés avec les opportunités d'écosystème de recherche

Il pourra être opportun de détecter un événement comme point d'accroche d'un projet de Recherche et Innovation en raison de son territoire d'implantation.

La première continuité est d'abord celle offerte par les sites et les espaces d'accueil de ces manifestations. Les Parcs des expositions, les Centres de Congrès, bien sûr les sites déjà dédiés spécifiquement à la Connaissance (Universités, Centres de

recherche), les autres sites possibles peuvent être déterminants d'un « départ de feu » de recherche et d'innovation, en raison :

- **Des dimensions matérielles et logistiques** : technologies utilisées, adéquations des espaces aux échanges,

- **Des dimensions patrimoniales et symboliques des sites** : tradition d'accueil de manifestations à forte dimension de recherche et d'innovation, expression esthétique du lieu en relation avec les valeurs de la connaissance, image générale comme lieu de Connaissance et de Culture,

- **Des dimensions urbaines** : importance urbanistique dans les échanges et la configuration de la ville et de son territoire, mises en série des sites avec les autres objets urbains de connaissance et de culture de la ville et avec les centres de décisions de la ville ou du territoire, identification propre comme lieu de décision et lieu politique la ville,

- **De proximité directe du site** avec des zones à forte implantation de recherche et d'innovation, d'objets de connaissance et de culture.

Cette première continuité n'est qu'une introduction à celle beaucoup plus importante du territoire lui-même (ville, région, nation, union de territoires, …) et de ses positionnements sur les enjeux de connaissance :

- **Importance politique du territoire** (capitale, mégapole, centres de décision) en général aux échelles locales et internationales,

- **Capacité ou potentialité d'influence** du territoire et niveau d'engagement de ses acteurs sur des enjeux de connaissance (ce qui peut donc inclure une géographie décentrée, des centres d'activités urbaines minoritaires),

- **Valeur diplomatique** pour les acteurs impliqués (politiques, scientifiques, économiques) au regard de leurs stratégies,

- **Implantation** de centres de recherches, de cluster, de zones de proximité de recherche et d'innovation, de « vallées », avec l'identification des domaines d'excellence scientifique ou industrielle,

- **Relations avec d'autres territoires** pouvant répondre à des enjeux de connaissance multiple, fonction géographique de carrefour de « routes » de connaissance possibles.

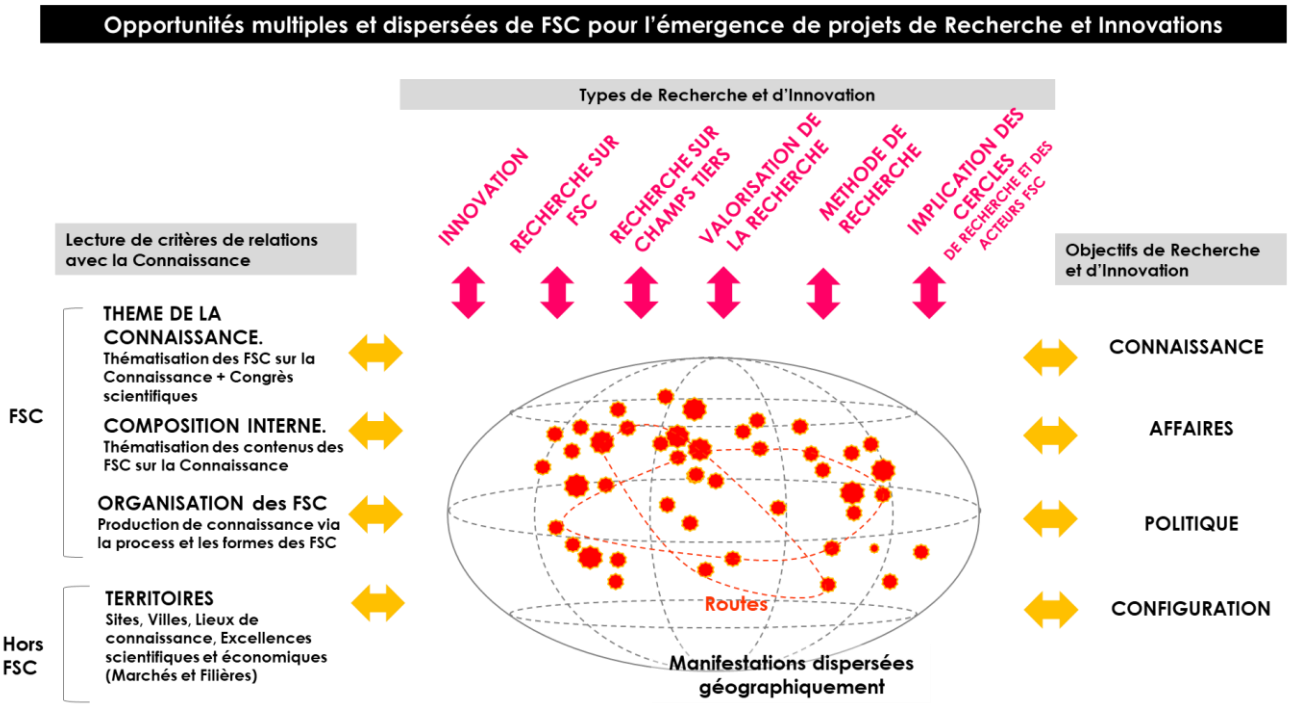

Fig 26. Opportunités multiples et dispersées de FSC pour l'émergence de projets de Recherche et Innovation

C. Conclusion

Développer une Recherche et Innovation dans les FSC n'est pas un acte de création, mais un acte de mise en mouvement à partir d'un milieu existant très dense d'opportunités de Recherche et d'Innovation. Le possible est immanent à l'existant, et non pas déterminé par un mécanisme d'une autorité extérieure, en particulier politique d'une grande volonté. L'absence de désir fort et unique d'un tel projet conduit à se tourner vers la dispersion des segments possibles de désirs et d'intérêts des acteurs des FSC, de la Recherche et de l'Innovation, de ceux des Mondes et des Territoires. Mais cela exige une lecture du tissu mondial des FSC, du grand plan

hétérogène qu'ils créent avec leurs manifestations et leurs routes encore insuffisamment regardées. La lecture est fondamentale. Il faut construire un regard critique des FSC qui en montre les leviers de production de connaissance. Ce regard n'a pas à être surplombant, il peut être local. En revanche il nécessite une capacité à recueillir les données d'information et à les organiser, les critères sont effectivement nombreux et riches et à créer des séries même minimes qui montrent les liens possibles dans l'espace et dans le temps. Peut-être cela pourra-t-il avoir un sens particulier parmi ceux qui aujourd'hui se mêlent de datas et d'algorithmes ?

En deçà de toutes ces analyses restent les faits premiers des rencontres locales des individus. Ce sont les personnes qui peuvent enclencher une Recherche et Innovation dans les FSC, à partir de leurs rencontres, de leurs intérêts et des échanges qu'ils appellent.

IV.Les rencontres

Si les évènements sont les foyers d'une Recherche et Innovation possible, alors celle-là sera d'abord une question de personnes. Et ces rencontres dans les cas-évènements pourront contribuer localement et par mise en série entre évènements à la constitution de projets de Recherche et Innovation. Il faut donc apprendre à connaître ses personnes, à la fois parmi les professionnels des FSC et parmi les acteurs de la Recherche et de l'Innovation. Un exemple de collaboration entreprise-université donnera en dernière étape quelques outils pour saisir comment la rencontre peut devenir productrice de projets de Recherche et d'Innovation.

A. Qui ?

La question QUI ? est très pragmatique. Elle est aussi modeste, en deçà de la recherche de grands décideurs. Quelles sont les personnes, au-delà de tout mécanisme déjà formé de processus politique et stratégique, qui peuvent devenir initiatrices d'une Recherche et Innovation dans les FSC. Il faut se redonner un ensemble de possibles en entrant dans le détail des populations, parce qu'aujourd'hui aucune autorité, personne ou organe de gouvernance, n'a réellement saisi cette opportunité, au point d'en faire un levier formellement structurant de l'activité des FSC et de son développement ou de l'activité de Recherche et d'Innovation.

Le QUI sera constitué d'individualités éparses, singulières, qui se mettront plus ou moins en séries partielles. Le QUI serait donc plutôt une population à constituer, plutôt qu'une instance déjà formée. Le qui est à faire. La démarche sera plutôt opportuniste et nomade.

B. Les acteurs sont déjà là.

L'une des grandes tâches n'est donc pas d'abord de trouver des volontaires, mais de retrouver les acteurs déjà à l'œuvre, déjà engagés. Nous pourrions les nommer des précurseurs, s'il fallait dire que certains en avance de la marche étaient les inventeurs et les premiers découvreurs. Mais nous occulterions qu'alors ces précurseurs existent depuis au moins le début des FSC dans notre modernité. Ils ont déjà commencé depuis longtemps le geste. Il ne s'agit pas au fond de voir des précurseurs, mais de déplacer son regard pour voir l'effervescence déjà constituée. Il faudrait réaliser ce

travail d'identification des personnes, sans attendre la forme achevée d'une méthode, d'un système qui délivrait les raisons et les résultats convaincants. Il faut aller voir ce que peuvent avoir fait certains dans leur ombre. Ils ne sont pas cachés, ils sont partout dans le tissu vaste et complexe des FSC dans le monde. Et il faudra chercher des deux côtés, de celui des chercheurs, de celui des professionnels des FSC.

1. Parmi les chercheurs

Parmi les acteurs de la recherche et de l'innovation, nous comptons à la fois ceux qui ont décidé de consacrer tout ou partie de leur recherche au champ d 'activité Foires, Salons et Congrès et ceux qui, d'une manière ou d'une autre, dans leur propre activité de recherche et de diffusion de travaux, de partenariat avec des industriels ou des dispositifs de valorisation se sont investis dans des processus d'organisation ou d'interventions de Foires, Salons et Congrès.

Les premiers qui ont choisi le champ FSC pour objet de recherche ne sont pas très nombreux et souvent se méconnaissent, chacun dans leur discipline, parfois même isolés en son sein.

Les seconds utilisent dans leur processus de recherche et de valorisation des dispositifs de FSC en matière de promotion, de création de partenariat Recherche-Industrie et de valorisation, de recherche de financement, de socialisation scientifique, d'expérimentation ou de n'importe quel levier favorable à leurs travaux et à leur réalisation.

De l'identification des personnes peuvent se dessiner des cartographies d'implantation géographique et disciplinaire, se tirer le fil de l'identification des réseaux sociaux et des organismes concernés, se repérer les évènements, les sites, les territoires impliquées. Il est possible d'entrer dans le détail de leur intervention et de leur rôle dans la gouvernance et les processus de l'activité des FSC.[1]

[1] Cette tâche apparemment difficile et laborieuse peut aujourd'hui être largement facilitée par l'usage de traitement des datas sur les réseaux sociaux et le web.

2. Parmi les professionnels des FSC

Nous savons combien la profession s'ignore elle-même, méconnaît ses forces et ses formes de créativité. Il semble possible toutefois de trouver des personnes porteuses de Recherche et d'Innovation dans toutes les strates de la profession et à tous les points de sa géographie, à condition de la lire dans la gangue des affaires des entreprises et des passions, et non pas sous le registre formel d'un processus de recherche. Et combien sont méconnues les proximités qui existent déjà entre les professionnels et les acteurs de la recherche, leurs organismes d'affiliation, leurs réseaux.

Nous pouvons schématiser et nous donner trois grands types de professionnels déjà fortement impliqués dans la recherche et l'innovation :

- Un premier type sera celui des professionnels en relation directe avec le monde de la recherche : des professionnels issus d'organismes de recherche ou impliqués dans des évènements scientifiques ou des parties scientifiques de programme[1]; des professionnels impliqués dans des évènements des industries créatives et de la culture ; des professionnels qui travaillent avec des acteurs, des organismes et des réseaux de recherche : accueil d'étudiants stagiaires, réalisation de thèses, partenariat entreprise-université ou laboratoire, priorités données à la présence des acteurs de la recherche dans le process de fabrication des évènements, enseignements délivrés dans les universités et écoles…[2] ; les professionnels dans les organismes associatifs et fédératifs de la filière qui produisent ou contribuent à la production de rapports et études ;

- Un deuxième type que nous pourrions appeler celui des créatifs, dont les métiers sont largement fondés sur la créativité ou l'innovation : les agences de

[1] Est-ce que des segments de recherche et innovation ne peuvent pas partir de mise en relation de PCO (Professional Congress Organisers) impliqués dans les congrès scientifiques et médicaux ou du côté des responsables conférences et contenus de certains salons ?

[2] Il n'est pas rare de découvrir, au milieu d'une conversation ou d'une table ronde avec des professionnels, que tel ou tel a eu un jeune chercheur dans son équipe pour réaliser une thèse. Les cas ne sont pas nombreux, mais existent. Ils ne constituent pas encore des feux de départ d'intégration d'une recherche et innovation. Et combien de professionnels des FSC ont déjà obtenus un doctorat ? Sans doute rare en France, bien plus courant en Allemagne où nombre de dirigeants ont produits des thèses sur l'économie des Foires et Salons.

design de stands, les prestataires de solutions digitales, les prestataires de contenus culturels, les architectes, les innovateurs dans des solutions techniques audio-visuelles, le grand cercle croissant des start ups qui s'orientent vers l'évènementiel ;

- Un troisième type beaucoup plus polymorphe d'acteurs impliqués dans des grands projets innovants comme la construction d'un nouveau parc des expositions ou de grands projets d'investissements technologiques sur site, de lancement de nouveaux évènements avec des nouveaux formats, des développements d'entreprise avec des nouveaux business model, des joint-ventures sur des nouveaux marchés, des nouvelles formes de partenariats public-privé[1], ..

Et dans cette première distribution de population qui montre déjà l'ampleur des possibles, il faut imaginer des personnalités, des passionnés, des investis capables plus que d'autres de porter des projets de Recherche et d'Innovation ou de les faire rayonner, puisque nous n'échappons pas à l'indifférence majoritaire de départ sur le sujet.

L'enjeu sera toujours de repérer les individualités prêtes à s'engager.

C. La création de zones de confiance

Au fond, la naissance de Recherche et Innovation aura d'abord une origine locale, micro-locale entre individualités et plus ou moins leurs organismes d'affiliation. Notre expérience de professionnel des Foires, Salons et Congrès nous a permis d'éprouver des collaborations multiples avec des laboratoires de recherche, l'université et sa cellule de valorisation, alors que nous travaillions pour un des plus gros acteurs de l'évènementiel international[2]. Cette collaboration ne s'est pas construite d'abord sur la formalisation d'une collaboration entre une université et une entreprise (même si elle fut effective ultérieurement), mais entre des personnes qui ont fait connaissance.

[1] Nous pensons au cas patent de GL events, qui par sa forme et son évolution, montre à la fois la puissance créative de son dirigeant et transforme en partie les règles des marchés et de la filière.

[2] Le groupe français GL events. Les collaborations ont eu lieu en 2011-2012 avec l'Université Jean-Jaurès (ex-Le Mirail), ses laboratoires de Sociologie (LISST, CERTOP), d'Archéologie (TRACES), d'Acoustique (PETRA), et sa cellule de valorisation.

Les échanges ont donné lieu à différents types de mise en œuvre : mise à disposition d'infrastructures et de matériels logistiques pour la réalisation de colloques, introduction dans des cercles universitaires et politiques, pratiques de communications croisées sur les manifestations mettant en avant les instances de recherche et l'entreprise, création de séminaires dans le cadre de manifestations, expérimentation de dispositifs de recherche sur des manifestations, …

Mais le processus ne s'est pas d'abord annoncé avec des objectifs si clairs. La collaboration est née d'une sorte de zone d'indiscernabilité, hors des images habituelles et sans doute caricaturales de l'entreprise pragmatique et de l'université intellectuelle. La collaboration est née d'une zone de disponibilité à la conversation entre les acteurs de l'université (Vice-présidente, Chercheurs, Responsable de la valorisation) et ceux de l'entreprise (cadres dirigeants)[1].

De ce parcours, il s'agit en résumé de déceler des outils pour développer la Recherche sur les FSC, mais aussi pour envisager des pistes pour construire plus généralement des collaborations entre la Recherche et le Marché. Nous pouvons donc en identifier quelques-uns :

- **La création d'une zone autonome de conversation** qui serait un espace d'indétermination, conditionné sans doute par l'existence des organismes et des acteurs possibles, mais qui offrirait aux interlocuteurs des « décadrages » possibles pour des échanges risqués, fondés sur la création de confiance. Les projets ne seraient pas définis. Les décisions ne seraient pas prises. Les budgets ne seraient pas déjà là. Il y aurait donc à créer des zones autonomes de conversation à la base du développement de la recherche sur les FSC et à la

[1] Cette collaboration a servi en partie de base pour une intervention dans un des ateliers du congrès du Réseau C.U.R.I.E des 4, 5 et 6 juin 2012 à Limoges, « Public, Privé : Exploitons nos diversités », atelier intitulé « La fertilisation croisée grâce aux nouveaux modèles de collaboration privé/public (living lab, fablab, …) ». Synopsis : « Living lab, Fab Lab, Chaires industrielles… Des modèles de collaboration originaux apparaissent ces dernières années au sein des Etablissements. Leur objectif commun est celui de créer des espaces très ouverts de croisement d'idées, de savoirs et de techniques dans la perspective de faire émerger des projets innovants. Comment aborder ces nouveaux modèles de collaboration ? ». Fil rouge de l'intervention : « Témoignage d'un modèle de collaboration particulier engagé entre l'Université de Toulouse II le Mirail et une société d'un groupe leader dans la filière des « foires, congrès et salons ». Expérimentation d'une collaboration interdisciplinaire et inter-structurelle privilégiant la fertilisation des savoirs et la construction d'une relation basée sur la confiance ». http://www.congres-curie.fr/accueil.html

base du développement de potentialités des FSC pour la recherche et l'innovation elle-même.

- **La confiance**. Le mot est magique, elle est créée par la zone de conversation précédente, elle permet de sortir des mécanismes de propriétés intellectuelles et de rentabilisation des travaux pour envisager des projets inimaginables sans une prise de risque des individus.

- **Une recherche au-delà du système offre-demande**. Il est important de sortir du schéma habituel de définition de besoins et de cahiers des charges. L'entreprise ne pense pas si clairement ses besoins en recherche et innovation, et la recherche n'est pas un catalogue de savoirs et techniques ;

- **L'usage d'un territoire**, une ville, une région, une constellation de localisation d'acteurs qui auraient une proximité. Cela est rendu d'autant plus visible que les modes de fonctionnement des FSC sont largement dépendants des potentialités d'un territoire, des cristallisations d'industrie, de population, de connaissance, au fond de ses « légitimités », etc…. La Recherche ne fonctionnerait pas si loin de ce même schéma pondéré par la géographie. Simplement, la collaboration, le projet doivent « habiter » quelque part. Il ne s'agit pas de défendre l'ancrage territorial seul, mais la nécessité d'une territorialisation qui pourra être répétée ailleurs et provoquer des lignes d'ouverture ;

- **Il semble important aussi de ne pas rester cantonné à l'enjeu d'innovation**, mais d'intégrer dans la création de lien Recherche-Entreprise des opportunités tierces, internes et externes, liées au développement de l'activité de l'entreprise et aux missions de recherche de l'université.

- **Face aux enjeux de la valorisation de la Recherche et de la nécessité de créer des liens avec le Marché,** les structures de Recherche ont toute utilité de s'investir sur les FSC pour communiquer, prospecter, découvrir aussi simplement les vies des entreprises.

- **La création du lien entre l'entreprise FSC et la Recherche** pourra se faire au travers de la multiplication d'initiatives locales qui iront de la simple mise à disposition de prestations à la création de travaux de recherche, de journée d'étude ou de projets de communication, jusqu'à l'embauche de doctorants (Conventions Industrielles de Formation par la Recherche, CIFRE)

D. Conclusion

Il est important de conclure que l'opportunité d'une Recherche et Innovation dans les FSC, à leurs bénéfices comme à ceux de la Recherche et de l'Innovation, va d'abord dépendre de conversation dans des zones indiscernables, hors d'un cadre préétabli d'offre et de demande, comme si tout cela ne pouvait pas être plus fragile, plus aléatoire. L'absence de volonté politique, le faible désir des acteurs quels qu'ils soient, rejette le projet dans l'océan de la dispersion des évènements et de leur géographie éclatée, toutefois avec cet atout que le nombre de cas-évènements et de situations est multiples et variées. Répondre à la question « Qui ? », pouvoir répondre et identifier des personnes, avec leurs situations et leurs évènements, constitue un des gestes fondamentaux de lancement d'un projet de Recherche et Innovation. Il ne s'agit pas d'investissement financier nouveau, d'appel à des gestes forts de décision, mais de connaître les bonnes personnes et de faire se connaître, d'un évènement à l'autre, les personnes qui se sont impliquées dans des projets de Recherche et Innovation ou qui y sont sensibles. Il s'agit de faire connaissance.

CONCLUSION GENERALE

En bref, l'opportunité est là. Si nous prenions la France seule, mais nous savons qu'il faut être plus généreux, quel bénéfice aurait-elle à être la première à investir dans le développement d'une Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès (plus largement dans les évènements) et à inclure clairement les dispositifs de FSC dans ses politiques de Recherche et d'Innovation ? Mais il faudrait aussi poser la question pour une entreprise, une série d'entreprises, des universités, des laboratoires, des territoires, des filières. Nous l'avons posée et nous avons, dans cette thèse, chercher à montrer, quel il serait. Et aujourd'hui, personne n'est premier. La place est à prendre. Et elle l'est pour peu, car nous avons montré que tout peut se passer sur le tissu serré des cas-évènements du monde entier, sur un territoire, sur des territoires, à travers le monde et les champs d'activité. C'est possible.

La connaissance débordante

Ce travail est d'abord exposition, comme s'il fallait d'abord montré ce qu'étaient les Foires, Salons et Congrès pour comprendre ce qu'ils peuvent dans notre présent. Turgot plaçait, au 18ème siècle, les Foires comme les dernières traces des retards dans le monde de l'économie et des échanges. Or aujourd'hui Foires, Salons et Congrès couvrent de leur dissémination plus que jamais l'ensemble des activités humaines, qu'elles soient économiques, sociales, scientifiques et techniques, culturelles ou politiques. Tout serait alors en retard des échanges d'aujourd'hui, ou ne faut-il pas ressaisir en pleine lumière la vitalité de cette granulation d'échanges à travers la planète ? A ce jour les recherches sur les Foires, Salons et Congrès sont encore rares, éparses, d'abord en histoire, en économie d'entreprise, et de plus en plus en géographie et en sociologie, parce qu'à y regarder de plus près Foires, Salons et Congrès sont lieux où les proximités produisent de la connaissance. On y fait bien

connaissance. C'est assez intéressant de découvrir que le grand paysage un peu vide et éclatée des recherches sur les Foires, Salons et Congrès laisse bien voir une ligne de fuite vers la connaissance, non pas vers plus de connaissance des FSC eux-mêmes mais vers la Connaissance elle-même et ses enjeux pour les femmes et les hommes, les mondes et les territoires qui les utilisent. Le tableau est encore abstrait, mais la ligne qui en sort va vers le dehors et ne s'enferme absolument pas dans les gestes artisans de l'activité fiéristique et congressuelle : toujours au-delà. La connaissance dans les FSC est débordante, sortant de leur modeste périmètre. La Connaissance n'est pas une addition aux FSC, mais une machinerie qui leur est inhérente et qui les relie au monde extérieur.

Que Foires et Salons exposent l'innovation et les congrès scientifiques configurent en partie les sciences n'a encore conduit que rarement à une nouvelle interprétation des échanges de connaissance de notre temps (BATHELT et alii. 2014). La révolution digitale a fait beaucoup plus, incontestablement. Mais internet et les FSC sont de la même époque et de la même modernité, non pas les uns formes d'avant l'autre, mais ensemble, de la même plaque architectonique du temps, il est bon de l'imaginer ainsi.

Encastrement

Envisager une Recherche et Innovation dans les FSC ne se limite donc pas aux professionnels des FSC. La Recherche dans les FSC peut certes se tenir centrée sur l'activité des FSC eux-mêmes et leurs mécanismes, mais même en se tenant à ce simple enclos, elle utilisera rapidement les matières qu'elle y trouvera, les industries, les filières, les territoires. Les FSC très vite, d'objets de recherche, peuvent devenir instruments, leviers d'articulation de la Recherche sur les marchés et ses besoins de valorisation, jusqu'aux questionnements des mécaniques internes de la Recherche et de l'Innovation elles-mêmes. FSC et Recherche, Innovation, Connaissance sont encastrés les uns dans les autres.

Indifférence

Quand nous nous sommes tournés vers les acteurs des FSC comme vers ceux de la Recherche et de l'Innovation, la réponse, malgré sa bienveillance, reste encore

ferme : pas de désir réel de développer une Recherche et Innovation dans les FSC, de s'y investir. L'ampleur possible n'est pas perçue, y compris celle très pragmatique d'y faire des affaires et d'y développer son économie. Reste parfois, du côté des professionnels, le besoin d'obéir à l'impératif de l'innovation, comme chacun dans ses propres domaines. Les acteurs de la Recherche sont pris par d'autres urgences, d'autres combats, alors pourtant que les pratiques des Foires, Salons et Congrès ne leur sont pas du tout étrangères. Rappelons combien les chercheurs, les universitaires sont parmi les plus experts de l'exercice des congrès (ils peuvent parfois même en exprimer la plus forte des lassitudes[1]). L'opportunité n'est pas saisie, n'est pas sentie, sauf par quelques individualités passionnées, au cas par cas. Ce n'est pas mépris ou rejet, mais simplement la distance du sujet. Les professionnels méconnaissent eux-mêmes leurs manières d'être créatifs et d'innover. Ils peuvent à la fois se dire en recherche permanente et ne pas saisir en quoi leur profession innove. Les arts et les manières d'innover restent encore largement implicites. Mieux les connaître conduirait à identifier des connivences possibles, des curiosités, des passions qui seraient autant de ponts avec le monde de la Recherche. Il semble qu'il faille descendre dans le microcosmos des relations interindividuelles pour trouver ce qui peut produire des segments de projets de Recherche et d'Innovation.

Intérêts

Une seule certitude, le développement d'une Recherche et Innovation ne pourra se produire que si les intérêts des uns et des autres seront servis, si les acteurs des FSC, comme ceux de la Recherche et de l'Innovation pourront y retrouver leurs propres intérêts. Nous sommes donc repartis de la base des FSC : ils ne se servent pas eux-mêmes, mais servent des plans de service : les Mondes et les Territoires, dont la Recherche et l'Innovation, le Monde complexe de l'économie et de la société de la Connaissance, et plus largement l'ensemble des réalités économiques et sociales. De ces opérations de service peuvent se déduire une série de groupes de fonctions de

[1] Nous sommes intervenu en janvier 2020 à un congrès sur les congrès, « QCVN : Quel Congrès Voulons-Nous ? » sous la direction de Monique MARTINEZ, Professeur des Universités à l'Université Jean Jaurès de Toulouse et Directrice du Laboratoire commun RIMEC avec l'entreprise Europe Organisation (parmi les leaders dans l'organisation professionnelle de congrès dans le secteur médical). L'une des questions posées étaient aussi : Quel congrès ne voulons-nous plus ? Et l'assistance composée d'universitaires et de chercheurs souvent accoutumés aux congrès et colloques ne manquait pas d'exprimer sa « fatigue » des congrès.

connaissance au bénéfice des FSC, mais surtout de ceux qui les utilisent. Développer une Recherche et Innovation dans les FSC passe par la construction d'un système de la Connaissance autour de trois cercles, celui de la Recherche et de l'Innovation, celui de la Créativité et de l'Innovation au sein des FSC et celui des savoirs et enseignements professionnels produit au sein des FCS. Ces trois cercles ne sont jamais clos sur eux-mêmes mais toujours ouverts sur un dehors, une réalité tierce du présent économique, social, scientifique, politique. Ils peuvent entretenir des réciprocités qui construisent une vitalité possible de l'ensemble et auquel il est possible de donner des objectifs largement au-delà des seuls enjeux des FSC, en termes de connaissance, d'affaires, de gouvernance ou de configuration d'activité pour la Recherche et l'Innovation, les filières et les territoires, voire la globalité d'une société.

Autonomie

L'absence de désir est aussi une opportunité, celle de l'apprentissage de l'autonomie : ne rien attendre du ciel. Personne ne donnera le « la », aucun instance politique ne doit être espérée pour décider de développer une Recherche et Innovation. Les silences de ces dernières années suffisent à le confirmer. Il faut repartir de la base, de l'état de la richesse et de cette pratique du cas par cas au cœur de la profession. Si Foires, Salons et Congrès sont des machineries de Connaissance, il faut retourner aux machines mêmes et savoir lire, dans le très grand filet des évènements du monde, les points possibles de cristallisation, de début de mise en série, de création de segments. Les FSC comportent différents degrés de Connaissance, des congrès scientifiques aux manifestations dans des domaines à forte R&D, mais aussi, dans le détail des processus de production de ces manifestations, leurs acteurs, les niveaux d'intégration technologiques, les puissances de mise en circulation sur des routes de connaissance (sans compter leur place souvent oubliée dans les industries créatives). Et il faut ensuite redescendre d'un cran, en-deçà des formes des manifestations et de leurs thèmes, dans les rencontres interpersonnelles et entre les organismes auxquels elles appartiennent. Des acteurs sont déjà là, parmi les professionnels, parmi les acteurs de la Recherche et de l'Innovation, qui peuvent faire germer des projets. Cela passe par le noyau fragile et puissant de la création de zones de confiance entre les individus. L'expérience nous a enseigné qu'elles sont possibles et peuvent permettre à une entreprise de la profession de coopérer avec une université et ses laboratoires. Le filet des possibles, des « prises » de recherche et d'innovation, est très large et très

serré. Les cas possibles se comptent par milliers dans le monde. Chaque action dans ce sens, locale, chaque cas peut suffire à enclencher un segment de projet. Il ne faut attendre aucune énergie d'un foyer central, mais plutôt une multiplication rhizomatique des initiatives. Les cristallisations peuvent prendre à tout moment, quasiment sans effort. Très pragmatiquement, quelques billets d'avion et quelques rencontres pourraient parfois suffire. L'opportunité est saisissable à un moindre coût, aussi bien pour une entreprise, une université, un gouvernement ou un continent. Tout est déjà là.

Axes de recherche et plans d'innovation

Ce travail se concentrait sur l'opportunité et ses formes de réalisation. Mais les travaux de recherche rassemblés et les pratiques professionnelles peuvent donner quelques pistes pour incarner plus encore des recherches au sein des FSC et des plans d'innovation, certes encore réduits, puisque nous estimons qu'aucune discipline scientifique ni champ d'innovation n'est exclu de l'usage des FSC.

Nous imaginons, au premier abord, trois axes : Espace-Temps, Connaissance, Paroles et Choses. Le premier axe de recherche, Espace-Temps, aurait deux voies, celle d'une géo-recherche sur les FSC, avec pour thème les réseaux, les territoires, les populations, l'économie-monde, la géographie urbaine et la géopolitique, et celle d'une « hétérotopologie» (FOUCAULT 1994) des FSC : leurs modes de temporalités, leur virtuel, le rapport à la fiction, les formes de dégagements et de résistances aux contraintes sociales et économiques. Le second, sur la Connaissance, aurait aussi deux pistes, l'une sur les pratiques de Connaissance, avec pour thèmes la socialisation scientifique, la territorialisation des savoirs, la valorisation de la recherche et l'implication des filières industrielles, et l'autre sur les nouvelles formes de recherche, avec les modes de démonstration et d'exposé scientifiques sur les FSC, les nouvelles plateformes de recherche, l'open innovation. Enfin le dernier axe sur les Paroles et les Choses s'articulerait, d'une part, sur les conversations avec les thèmes de l'oralité, des actions du langage, des distances sociales, de l'audition, et d'autre part, sur la théâtralisation des marchés, c'est-à-dire leur mise en scène, l'architecture et l'urbanisme, les lieux. Ce cadre n'est que provisoire et fait pour en sortir, mais il illustre brièvement les possibles. Les plans d'innovation dans les FSC sont multiples. Nous pouvons imaginer un plan sur les mécanismes de décision permis dans les FSC par

rapport à la complexité croissance de notre temps, un autre sur la priorité qui pourrait être donnée dans les salons à l'exposition de la recherche, un troisième sur le très vaste et riche sujet de l'architecture et de l'urbanisme, un autre sur l'exploration du monde de la fiction, un dernier provisoire sur la formalisation de kit à usage des politiques publiques de développement économique des territoires et de recherche et d'innovation. Jamais il n'y eut autant de foires, salons et congrès dans le monde et jamais celui-ci ne plaça la Connaissance autant au cœur de ses mécanismes économiques et sociaux. Nous n'avons fait que dire que la rencontre entre les FSC et la Connaissance arrive et sera décisive pour tous.

Enoncer, enseigner

Mais dire et construire cet énoncé « Foires, Salons, Congrès, Recherche et Innovation » est plus qu'une histoire de mots, c'est aussi fabriquer la chose. Ainsi dire, c'est participer à l'émergence des liens entre des réalités multiples des FSC et de la Recherche et de l'Innovation, c'est contribuer à leurs modes d'existence en commun. Cette thèse que nous finissons maintenant, dans l'enceinte de l'Université, est acte de production de l'énoncé comme mode d'existence de l'enjeu, comme signe de l'opportunité. Elle ajoute un élément non pas à une série déjà identifiée, mais rend visible qu'une mise en série est possible, des actes de recherches encore éparpillés, à ceux des pratiques des professionnels, aux évènements eux-mêmes. Elle est aussi une incise possible dans le monde de l'enseignement. Le périmètre de cette thèse n'incluait que de manière liminaire le champ de l'enseignement. Il est possible en conclusion de ne pas oublier son importance. La filière de l'évènement se professionnalise et les formations sur les métiers de l'évènementiel font florès (OPIIEC 2014). Elles se multiplient, plus souvent d'ailleurs, sur les thématiques de l'évènement d'entreprise, des festivals culturels, du management de l'hôtellerie, en croisant souvent les formations touristiques, que sur celui des foires, salons et congrès. L'enseignement peut largement contribuer à la croissance et à la structuration d'une Recherche et Innovation sur et avec les FSC, bien sûr au titre pragmatique de débouchés pour les chercheurs audacieux qui se seraient aventurés sur le sujet, plus généralement comme leviers de transmission (et alors que la transmission passionne les professionnels), de culture de la recherche et de l'anticipation, de territorialisation et surtout de professionnalisation, de structuration de la filière. Et la réciproque est vraie, la Recherche et Innovation peut modifier un enseignement et une vision de la

formation des professionnels de l'évènement et plus largement de tout professionnel ou de tout apprenti chercheur. Les formes de pluridisciplinarité et les débuts de théorisation esquissée dans cette thèse peuvent compléter des formations très souvent tournées sur les pratiques professionnelles. Au fond, le travail de cette thèse peut participer à apporter les bases d'un enseignement transversal à différents champs de formation, et au-delà de ceux directement signifiés sur le thème de l'évènement : enseignement auprès des décideurs économiques, industriels, politiques, enseignement auprès des chercheurs, et ceux aussi bien auprès des plus jeunes qui dessinent leur premier métier, que des adultes expérimentés. Notre expérience professionnelle nous a montré que des tentatives dans ce sens ont déjà cours, encore insuffisamment, mais nos rencontres avec des enseignants-chercheurs et des directeurs de formation rappellent bien que la base aujourd'hui sera la création de liens entre l'université et les entreprises. Et l'aventure peut prendre souvent, à l'échelle au moins locale, forme. Nous n'oublions pas notre constat : jamais il n'y eut autant de Foires, Salons et Congrès dans le monde qu'aujourd'hui. Et nous confirmons notre hypothèse d'une opportunité entre FSC, Recherche et Innovation et notre société et économie de la connaissance. Les universités pourraient en profiter, elles qui sont productrices, participantes historiques des congrès, qui placent la valorisation de la recherche au cœur de ses objectifs. Peut-être pouvons-nous même imaginer qu'il puisse s'agir d'un levier de positionnement sur la scène internationale de l'Education.

Cette thèse peut contribuer à créer une communauté de chercheurs engagés sur les champs des FSC et de l'évènement, sans doute aussi à créer des ponts, avec ceux qui travaillent sur les champs du tourisme, quand ils ne sont pas les mêmes. Le levier est bien la pluridisciplinarité et le champ des FSC offre un motif de plus à ce que les chercheurs en Management, en Communication, en Sociologie, Histoire, Géographie, Théâtre, Philosophie, Economie, Epidémiologie, Ingénierie industrielle…se rencontrent et créent des modes transversaux de recherche. Et cela n'est pas indépendant des enjeux de territoire, de création de milieux d'échanges avec les entreprises, les politiques, l'ensemble des éléments qui permettent des cristallisations de projets et de stratégie. Au fond cette thèse peut être aussi bien une mèche de recherche qu'une base de diagnostics et d'arguments pour que des entreprises, des universités, des sociétés savantes, des politiques définissent des

objectifs plus francs de l'usage des dispositifs des FSC dans leur stratégie économique, territoriale, de recherche et d'innovation.

L'évènement COVID 19

Le sens de l'opportunité que nous énoncions doit aujourd'hui être repris, à la clôture de cette thèse, à l'aune de l'actualité, du sens du présent auquel nous oblige la pandémie du COVID 19 et de l'évènement qu'elle constitue dans notre réel. Ce que nous vivons vient-il couvrir cette opportunité ou en découvrir les forces possibles ?

La profession est aujourd'hui à terre, nous sortons en France du déconfinement. Le temps n'est pas à la théorie, apparemment, même si déjà la profession cherche à voir quel sera l'après et encore plus entend que des transformations auront lieu (LITRE VALENTIN, LARQUET, BADOT 2020), sans pouvoir dire lesquelles. Il faudra donc savoir et changer : nous ne sommes pas loin des enjeux d'une Recherche et Innovation.

Les professionnels n'ont pas aujourd'hui le temps de lire les historiens, les Foires ont surmonté plus d'une épidémie depuis les pestes médiévales jusqu'aux épizooties récentes qui fermaient les foires agricoles. Il y eut bien un après possible pour les Foires, et plus largement pour les évènements. Les Foires furent reportées pour cause de peste, elles furent aussi causes directes ou indirectes de sa propagation parce qu'elles étaient lieux tropiques des échanges des contrées les plus lointaines avec leur lot de navires infestés (LEON 1953, CHICOYNEAU 1744). La recherche sur les évènements pourrait bien s'interroger aujourd'hui si nous sommes dans une simple répétition d'un schéma d'hier ou s'il faut mener un travail au présent. Mais l'histoire ne se répète pas, ou à trop s'y fier manque la saisie du contemporain. De manière non exhaustive, cinq voies de réflexion nous paraissent aujourd'hui intéressantes, révélées, plus que provoquées par la pandémie.

Biopolitique, bio-évènement, zone franche

La première voie naît de l'exercice extrême de gestion de population occasionnée par la pandémie. Il pourrait être une pratique de biopolitique, de gouvernementalité des vivants telle que l'a conceptualisée le philosophe Michel Foucault (FOUCAULT 1976). Les évènements, et les FSC, les premiers fermés face à l'arrivée du virus, sont

ainsi des outils du biopolitique. En cela leur fermeture ne répète pas seulement les réflexes sanitaires du passé, mais correspond à une logique de notre modernité. Nous sommes ainsi conduits à trois réflexions : la première concerne l'appartenance des FSC à notre présent ; la deuxième est de tirer les conséquences techniques et technologiques de cette fonction biopolitique ; la troisième est de s'interroger sur les modes de résistance aux formes de pouvoir biopolitique, largement orientées vers le contrôle, auxquels peuvent contribuer les FSC et les évènements.

La fermeture des évènements est bien un signe en creux de leur appartenance à l'actualité et aux mécanismes politiques d'aujourd'hui. Cela est très important : le rappel est double, actualité et politique. Un levier majeur d'innovation dans les FSC est de construire leur rapport à l'actualité, d'une manière ou d'une autre, à ce que nous sommes aujourd'hui. Et leur encastrement dans le politique, dans la Cité est l'une de leur originalité. Les FSC créent des relations entre l'économique, le culturel, le scientifique, le social, le politique. Cette fonction d'encastrement et d'embarquement des modes de vie des citoyens déterminent les puissances des FSC aujourd'hui. Là où des séparations peuvent avoir lieu, des discontinuités, ils créent des ponts.

L'intégration aux mécanismes biopolitiques impliquent le renforcement dans les évènements des fonctions de gestion des vivants, de sécurité, de contrôle, de santé, d'évaluation des risques, de définition des normes de réalisation. Au fond, les professionnels doivent penser le « BIO-évènement », et ses conséquences en termes de technologies.

A l'inverse, et alors que les rencontres se font entre des personnes, des citoyens, et non pas des corps anonymisés au titre d'entités biologiques, il n'est pas possible d'imaginer la suite des évènements sans des modes de contre-position aux formes de contrôle et de normalisation sanitaire. Si nous sommes tous devenus, avec le COVID, officiellement mortels pour nos prochains, il faut aussi construire le rebours, nécessaire à la confiance qui fonde la Cité, les bénéfices réciproques des personnes vivantes réunies. La seule mécanique hygiéniste exigera de penser, en contrepoint, les dimensions de soin, de « care », adressées aux personnes, de redéfinition du sens de l'espace public et des libertés possibles. Les professionnels auront à se réinterroger sur des manières de créer des « zones franches », de lieux éventuels de contre-pouvoir,

d'initiation à telle ou telle posture ou strate sociales, de modification des rapports de forces, de bataille du réel économique, de production culturelle, de gestes politiques.

La fabrique de l' « après »

La deuxième voie de réflexion se fonde sur la question du rôle des évènements et des FSC sur le passage à un « après » de l'évènement COVID, sur leur rôle dans une relance, dans un nouveau devenir éventuel, dans des transformations économiques et sociales. Il ne s'agit pas de penser ce que sera l'activité évènementielle « après » (my event network 2020), mais comment elle appartient à la fabrique du présent. Les Messen allemandes jouèrent un rôle essentiel dans la reconstruction de l'Allemagne d'après-guerre. La Foire de Lyon fut en 1916 l'incise politique d'une volonté de changer les rapports de forces du commerce et d'industrie en pleine guerre mondiale (HERRIOT 1916). L'interrogation se pose aussi bien aux professionnels qu'aux acteurs des filières et des territoires et aussi bien aux politiques, peut-être plus encore. Les évènements pourraient bien être des leviers majeurs de la Cité, d'un nouvel investissement politique. Cet investissement devra dépasser celui du sauvetage économique d'une activité en péril et demandera une ampleur de vue, une inscription des évènements et des FSC dans les stratégies des filières et des territoires. Inscrire un mouvement, à l'échelle qu'on voudra, permet immédiatement de sortir du seul enclos des évènements et trace des lignes avec des visions transversales dans les champs économiques, sociaux, politiques, scientifiques et culturels.

Devenir terrestre

La troisième voie est de reprendre plus sérieusement le rôle des FSC et des évènements dans les réponses aux enjeux environnementaux, non pas à la seule mesure de leur process de production, mais à celle de leur rôle de médiation. Il s'agit, entre autres, de leur contribution aux productions de normes et de valeurs, de transformation des modes de rencontres, de mise en place des conditions de prises de décision dans notre actualité complexe. L'arrêt du monde dû à la pandémie a réalisé ce qu'aucun accord de Conférence des Parties n'avait permis. Les scientifiques clament aujourd'hui que l'après COVID ne doit pas signifier le retour à la normal (BŒUF 2020, COLLECTIF 2020). L'évènement du Climat est, lui, depuis longtemps commencé (LATOUR 2015). Les chercheurs prennent déjà leur plume : il faut moins voyager dans

les congrès (ANGLARET et alii. 2019). Nous avons vu que l'intégration des normes RSE pouvait contribuer aux innovations dans les FSC. La pandémie COVID a caché l'évènement plus vaste du nouveau régime climatique et des défis environnementaux ; elle a montré les enjeux croissants des rapports humains-non-humains, virus compris. Cette dualité pourrait conduire la profession à repenser son rôle aujourd'hui, directement lié, non pas à une réduction de son sens, mais à une complexification de ses mécanismes et de ses relations avec les enjeux planétaires, notamment comme levier de décision ou de production d'intelligence collective[1]. Pensons au sujet vaste de leur fonction terrestre de dissémination territoriale, de constitution de réseaux et de routes. Il faudra aussi au moins faire un lien entre les hommes qui se rencontrent et le fait que nos organismes sont en eux-mêmes des milliards de populations vivantes, qui ne nous laissent « jamais seuls » (SELOSSE 2017). Le sujet n'est pas seulement prophylactique mais aussi de négociation avec le « non-humain ». Nous trouvons là sans doute une manière de décadrer du champ biopolitique.

La lenteur et l'attention au temps public

La quatrième voie de réflexion pourra réinterroger le rôle des FSC et des évènements par rapport aux urgences et aux vitesses de notre présent. Avec le COVID, le monde s'est arrêté. Les FSC offrent aussi des modes d'arrêts, des microcoupures dans le présent des champs d'activité et des territoires. Il est souvent dit que les évènements « accélèrent » les affaires, les échanges, en nous sortant du quotidien. Mais c'est sans doute en grande partie parce qu'ils sont des poches de ralentissement dans les accélérations de monde. Leur rapport au temps (cyclicité, exception, lenteur de la marche, …) est constitutif d'une manière de penser le présent des échanges, les rythmes de l'économie et de la société. Et alors que l'espace semble de moins en moins devoir être parcouru par de longues distances et trop longtemps, et en trop grand nombre, pour des raisons environnementales autant que sanitaires, l'éphémère des évènements peut aussi signifier une intensification nouvelle de l'espace, d'en avoir l'usufruit, mais sur des périodes plus intenses. Il s'agit aussi d'une question plus générale de construction urbaine et territoriale. Il faudrait donc corréler cela aux rôles des FSC dans nos villes contemporaines et combien se pose là la question de ce que

[1] Foires, salons congrès comme quelques-unes des inventions de l'homme moderne pour affronter le complexe.

peut être ou pourra être le temps public. Donner toute son attention au temps public (au-delà de l'espace public), y discerner un champ très concret de penser et d'agir, se soucier des manières d'intensifier les pratiques de nos libertés est une question d'abord politique, elle est aussi économique.

Evènements digitaux, datas et recherche de l'inconnaissance

La cinquième voie aurait pu être la première parce qu'elle répond à l'espèce de provocation qu'a constitué à l'occasion du COVID la substitution des événements physiques par des évènements digitaux. Cela sonnait comme le retour du vieux débat sur la fin des évènements physiques. La réalité est certes plus mesurée car cette substitution n'est pas majoritaire[1]. La profession est toujours en retard technologique et psychologique sur le digital. Est-ce que le choc des digitalisations va conduire à une croissance forte des hybridations (physique et digitale) des évènements ? Il est trop tôt pour le dire. Mais il est préférable de penser non pas physique contre virtuel, mais plutôt en termes de compétitivité entre les évènements physiques, quand la valeur de déplacements et la valeur ajoutée demandées aux rencontres « en vrai » va croître. Il semble qu'aujourd'hui se soit moins la substitution du physique par le digital le plus décisif, que la production et l'utilisation de datas pour accroître les niveaux d'information et les adéquations des rencontres. La seule exigence sanitaire pourrait y conduire. Mais alors il faudrait que la profession fasse deux sauts, le premier dans la data, le second pour offrir des espaces de liberté, où les individus peuvent recouvrer une vie non tracée. Alors que nous parlons de « faire connaissance » depuis le début de cette thèse, il va falloir s'intéresser aussi à « faire inconnaissance », c'est-à-dire à restituer aux personnes des possibilités d'anonymisation, de non-identification, qui pourra redonner aux rencontres leur part d'inconnu et leur liberté. Les

[1] Il faut rappeler que Google a annulé sa convention physique, mais n'a pas créé d'ersatz numérique, et, de toute manière, envisageait bien une prochaine édition physique en 2021(https://www.journaldugeek.com/2020/03/23/google-annule-i-o-2020-en-ligne/). Le salon VIVATECH, dédié à l'innovation et en grande part aux start ups, n'est pas passé sur le digital. La plupart des organisateurs n'ont pas été intéressés (ou n'ont pas su) par créer de double digital. Ce sont principalement les plus petits, plus agiles, d'abord dans les domaines sportifs et culturels, qui ont basculé sur le digital. Nous avons appris de Laurent Tripied, directeur général d'une start up, bziiit, la seule spécialisée, au moins en Europe, sur l'écoute digitale de l'évènementiel, que sur une base de 500 évènements de plus de 20 000 participants, seuls 5% avaient tenté une action de substitution digitale pendant la pandémie COVID (février-mai 2020, la base inclut à la fois les évènements annulés et les évènements reportés).

professionnels pourraient s'y intéresser. Et au fond, n'est-ce pas cela le cœur de la recherche, ce qui la rend possible : l'Inconnu.

Il n'est pas possible de mesurer aujourd'hui les effets de l'évènement COVID19 sur la Recherche et l'Innovation, plus largement sur la production de la Connaissance dans le monde et probablement que l'effet est, sur quelques semaines, bien moins visible que les souffrances des hommes et leurs morts, les chutes drastiques de pollution sur les cartographies planétaires, les descentes brutales des indicateurs économiques. L'évènement lui-même arrive et laisse plus stupide, sidéré que savant. Reste le signe de l'argument politique, en tout cas en France, de l'appel au conseil scientifique ou de l'annonce de la priorité future dans la Recherche ou la Santé. Cette seule raison très pragmatique pourrait donner une voie possible aux professionnels et aux acteurs impliqués dans les FSC : que faire pour participer au nouvel investissement et au renforcement de la recherche dans leurs filières et territoires ? Notre thèse qui dessine le lien Foires, Salons Congrès, Recherche et Innovation peut là, modestement et tactiquement, dans notre présent servir : signe de l'opportunité pour la Connaissance, pour l'Economie et la Société. La Connaissance est toujours connaissance produite par des vivants et par la vie elle-même et les Foires, Salons et Congrès, à ce seul titre ont un rôle à jouer, très actuel, dans les agencements multiples de sa production et de son existence. Il s'agit maintenant de ne plus le sous-estimer.

BIBLIOGRAPHIE

ALLIX André. La foire de Goncelin. In: Recueil des travaux de l'institut de géographie alpine. 1914, Tome 2 N°3. pp. 299-332

ALLIX André, Les Foires : étude géographique. Revue La géographie tome XXXIX janv. 1923, p 521-563 (trouvé sur gallica),

ANTOINE Alain, BLUM Guillaume, « La gestion des connaissances ou le Knowledge Management (KM) », Revue internationale de psychosociologie et de gestion des comportements organisationnels 2014/49 (Vol. XX), p. 23-31.

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

ARIFFIN Yohann, Les expositions universelles comme communautés émotionnelles imaginées. Du bon usage des émotions dans l'art d'instruire et de divertir, Relations internationales N°164, Hiver 2016, p. 9-26.

ARROW Kenneth J., The Economic Implications of Learning by Doing, The Review of Economic Studies, Vol. 29, No. 3 (Jun., 1962), pp. 155-173.

ASPERS Patrick et DARR Asaf, (2011), Trade shows and the creation of market and industry, The sociological review, 59 :4. Nous devons cette référence à Alexandre Mallard.

AUDREN Frédéric, « Paul Huvelin (1873-1924) : juriste et durkheimien », Revue d'Histoire des Sciences Humaines 2001/1 (no 4), p. 117-130

BABINET Gilles, Transformation digitale : l'avènement des plateformes, Histoires de licornes, de data et de nouveaux barbares…, Le Passeur Editeur, p. 18, 2016

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

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

BATHELT Harald, GIBSON Rachael, (2013), Learning in « Organized Anarchies »: the nature of technological search processes at trade fairs », Issue 2013-01, Vol. 11, www.spaces-online.com

BATHELT Harald, GOLFETTO Francesca, RINALLO Diego, Trade Shows in the Globalizing Knowledge Economy, Oxford Scholarship, 2014

BATHELT Harald, LI Pengfei & ZHU Yi-wen (2017) Geographies of temporary markets: an anatomy of the Canton Fair, European Planning Studies, 25:9, 1497-1515, DOI: 10.1080/09654313.2017.1327034

BAUTIER Robert-Henri. Les principales étapes du développement des foires de Champagne. In: Comptes-rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres, 96e année, N. 2, 1952. pp. 314-326 ; BRAUNSTEIN Philippe. Les foires de Chalon : un entre-deux dans l'histoire du commerce européen. In: Annales. Économies, Sociétés, Civilisations. 34e année, N. 1, 1979. pp. 172-179.

BAZIN, Y. , NACCACHE, P. (2016), "The emergence of heterotopias in organization studies: an application to Social Movement Organizations", European Management Review, 13 (3), 225-233.

BEDE Sébastien, le Cluster, réseau territorialisé d'organisations pour une destination attractive : le cas du tourisme de réunions et congrès de la région PACA, thèse en vue de l'obtention du titre de Docteur ès Sciences de Gestion, soutenance le 15 novembre 2013

BERLIEN ARAOS Karin, « Les rationalités des actions collectives au sein des microsystèmes économiques associatifs : les foires ou les marchés libres au Chili et les marchés agro-écologiques dans l'Etat fédéral du Parana, Brésil », thèse pour obtenir le grade de Docteur de l'Université de Grenoble, spécialité : Sciences économiques, thèse soutenue publiquement le 24 septembre 2013, accessible sur HAL, http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/83/19/24/PDF/These_K_Berlien.pdf

BERNE, C. et GARCIA-UCEDA, M. E. (2008), "Criteria involved in evaluation of trade shows to visit", Industrial Marketing Management, 37, 5: 565-579

BERTRAND Paloma, Fold It, le jeu au secours des scientifiques, Le blob, septembre 2011, Cité des Sciences et de l'Industrie, https://leblob.fr/archives/fold-it-le-jeu-au-secours-des-scientifiques

BLACK, R. (1986), The Trade Show Industry: Management and Marketing Career Opportunities, Trade Show Bureau, East Orleans, MA.

BLYTHE J. (2002), "Using Trade Fairs in key account management", Industrial Marketing Management, 31, 7: 627-635.

BOUIN Philippe, CHANUT Christian-Philippe, Histoire française des Foires et des Expositions Universelles, Ed.Baudouin, 1980, p.222. Il

BORGHINI, S., GOLFETTO, F. et RINALLO, D. (2006), "Ongoing search among industrial buyers", Journal of Business Research, 59, p. 1151-1159

BOURDOISEAU Georges, KHIARI Fouad, 700 ans de foires à Bordeaux, Comité des Expositions de Bordeaux, éditions confluences, 1995

BOUSSAHBA-BRAVARD Myriam, L'autopromotion des femmes à la Foire internationale de Chicago (1893) : identités, représentations et structuration politique, Relation Internationale, n°164, Hiver 2016, p41-58

BRAILLY Julien, Coopérer pour résister, Interactions marchandes et réseaux multiniveaux dans un salon d'échanges de programmes de télévision en Europe centrale et orientale, Thèse pour l'obtention du Doctorat Spécialité Sociologie, Université Paris-Dauphine, Ecole Doctorale de Dauphine ED543, Programme Doctoral en Sciences sociales, dirigé par E.LAZEGA et A.DAVID, 2014, p.134.

BRAILLY Julien, FAVRE Guillaume, « Salons et définition de normes marchandes : Le cas de la distribution de programmes de télévision en Afrique sub-saharienne », L'Année sociologique 2015/2 (Vol. 65), p. 425-456. DOI 10.3917/anso.152.0425

BRAILLY Julien, FAVRE Guillaume, La recette de la mondialisation. Sociologie du travail d'un organisateur de salon, guillaume.favre@univ-tlse2.fr ; jbrailly@swin.edu.au, Sociologie du Travail, 2016, vol 58(2) ;

BRAUDEL Fernand, Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVème-XVIIIème siècle, 2. Les jeux de l'échange et 3. Le temps du Monde, Librairie Armand Collin, 1979, réédité dans le Livre de Poche ;

BRAUDEL Fernand, La dynamique du capitalisme, Les Editions Arthaud, Paris, 1985, réédition Champs-Flammarion, chapitre premier, en repensant à la vie matérielle et à la vie économique, p. 24-39, chapitre troisième, le temps du monde, p. 98-108.

CARRERAS Albert, TORRA Lídia , Why did Modern Trade Fairs appear?, Universitat Pompeu Fabra, Barcelone, 2005

CATHELAT Bernard. En 2004 lors du congrès de l'UFI au Caire, le spécialiste du marketing, Bernard CATHELAT, intitulait son intervention : LES DEFIS DU NOUVEAU MILLENIUM POUR LES FOIRES ET SALONS. Ce fut un des débuts d'une très longue série d'ateliers et de conférences sur le sujet lors des congrès et rencontres de l'UFI

CHANDEZON Christophe. Foires et panégyries dans le monde grec classique et hellénistique. In: Revue des Études Grecques, tome 113, Janvier-juin 2000. pp. 70-100

CHARLE Christophe, La république des universitaires, 1870-1940, collection l'Univers historique, Editions du Seuil, 1994,

CHRISTOFLE Tourisme de réunions et politiques urbaines. Le cas du Corum de Montpellier, sous la dir. de Philippe Cadene (Montpellier III : 1997) [Thèse]

CHRISTOFLE Sylvie, L'empreinte architecturale et urbanistique du tourisme de réunions et de congrès, chap (pp 201-224) d'un ouvrage collectif : L'empreinte du tourisme, coordonné par Jean Rieucau et Jérôme Lageiste, Paris L'Harmattan, 2006, accessible sur hal-00502686

CHRISTOFLE Sylvie, 2013, Tourisme de réunions et de congrès, une thématique en devenir, Mondes du tourisme, Tourisme et recherche, mars 2013 pp. 83-93

CHRISTOFLE Sylvie, Stratégie métropolitaines et tourisme de réunions et de congrès international en France, publié dans « Hommes et Terres du Nord, 2 (2004), hal-00502324, version 1, voir aussi CHRISTOFLE Sylvie, Tourisme de Réunions et de Congrès, Mutations, enjeux, défis, Balzac Editeur, 2014

CHISTOFLE Sylvie, PAPETTI Catherine, FOURNIER Carine. Tourisme, trajectoires et images: les média socio numériques, outils contemporains d'adaptation communicationnelle de destinations? Une voie de recherche en devenir. Tourisme et adaptations, 2019. halshs-02280963

CHICOYNEAU Laurent, Traiteé des causes, des accidens, et de la cure de la peste : avec un recueil d'observations, et un dé́tail circonstancié́ des pré́cautions qu'on a prises pour subvenir aux besoins des peuples affligé́s de cette maladie, ou pour la prévenir dans les lieux qui en sont menacés, 1744

CLEMENT Pierre-Albert, Foires et Marchés d'Occitanie de l'antiquité à l'an 2000, Les presses du Languedoc, 1999

ÇOBANOGLU E., TUAREVA V., (2014), "Effects of the Pre-show, At-show and Post-show Firm Activities on Trade Show Performance Measurement", Procedia-Social and Behavioral Sciences, 150, 2014: 762-771

COCHOY Franck, De la curiosité, l'art de la séduction marchande, Armand Colin, 2011

CREBASSOL Dominique, Le parc des expositions, un élément urbain, Revue Midi-Pyrénées Patrimoine, n°29, Printemps 2012, p. 12-13

CURBERA Guillermo P., Le Cercle des mathématiciens, Les congrès internationaux, Collection Le Monde est mathématique, R.BA Coleccionables S.A., 2012

CURINA I., these 2017, Trade shows and new media presence: The TS organizers' perspective, Dipartimento di Economia Societa' e Politica Corso di Dottorato di

Ricerca In Economia Societa' Diritto, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo, do-dirigé par les Professeur Tonino Pencarelli et Marci Cioppi

DANGER Jacques, DECOOL Maïté, Les jeux de la vie et du hasard, Itinéraire d'un aventurier de l'évènementiel, treize avril-éditions, 2013

DATCHARY Caroline, sur la dispersion au travail, qui étudie notamment le cas des salariés des agences événementielles. Thèse de doctorat en sociologie, LES SITUATIONS DE DISPERSION AU TRAVAIL, EHESS, 2006, sous la direction de Laurent Thévenot. http://www.theses.fr/2006EHES0150

DEBLUË Claire-Lise, Exposer pour exporter, Culture visuelle et expansion commerciale en Suisse 1908-1939), Editions Alphil-Presses universitaires suisses, 2015, chapitre « De l'exposition à la foire : vers un nouveau paradigme de l'exhibition industrielle (1915-1925). Claire Debluë reprendra ce travail dans un article parue dans Relations Internationales, N°164, Hiver 2016 : De l'exposition universelle à la Foire nationale », p. 59-74. Elle y constate d'ailleurs le déséquilibre bibliographique entre le sujet des Expositions universelles et celui des Foires : « En dépit du nombre considérable d'études consacrées aux expositions universelles, l'historiographie n'a accordé qu'une attention limitée aux foires commerciales qui, dès 1914, se multiplient en Europe. » p.60

DELACOUR Hélène, LECA Bernard, L'évolution des lieux de concurrence. Le cas du marché de l'art contemporain, Entreprises et Histoire, 2008, n°53, pp 91-99

DELACOUR Hélène, LECA Bernard, Grandeur et décadence du Salon de Paris : une étude du processus de désinstitutionnalisation d'un événement configurateur de champ dans les activités culturelles, M@n@gement vol. 14 no. 1, 2011, 47-78

DELEUZE Gilles, Logique du Sens, Edition de Minuit, 1969

DELEUZE Gilles, GUATTARI Félix, Qu'est-ce que la Philosophie ?, Editons de Minuit, 1991

DENJEAN 2012. Prise de note personnelle lors de la conférence de Claude Denjean, laboratoire FRAMESPA, Université de Toulouse 2 Le Mirail, « Au hasard des marchés ?

Les lieux de rencontre des prêteurs entrepreneurs au Moyen âge (12ème-15ème siècle), lors la journée d'étude du 6 avril 2012 organisé par l'Université Toulouse 2 Le Mirail, le CERTOP (UTM, CNRS) et la société GL events : « Salons et Congrès dans la Cité »

DENOUNE Martine, Réunir pour réussir, le média congrès, éditions de l'aube, 2004

DEWAILLY Jean-Michel, « Complexité touristique et approche transdisciplinaire du tourisme », Téoros, 27-1 | 2008, 22-26.

DE LIGT L., FAIRS AND MARKETS IN THE ROMAN EMPIRE, Economic and social aspects of periodic trade in pre-industrial society", J.C. GIEBEN, PUBLISHER AMSTERDAM, 1993

DOMPEIX Clémentine, « Analyse des formes de communication concourant à la formation professionnelle des médecins en contexte de congrès médical. », thèse de doctorat en Science du Langage et Linguistique, Université Toulouse 2, janvier 2016, sous la direction de Mme NATHALIE SPANGHERO-GAILLARD.

DUBY G. La Foire, Recueil de la Société Jean Bodin, Livre V, Bruxelles, 1953 ; DUBY G. La Foire, Recueils de la Société Jean Bodin, V, Annales. Économies, Sociétés, Civilisations, Année 1957, Volume 12, Numéro 1 p. 150 – 151

DUCROQUET Aude, JOUNY-TIVIER Elodie. Customer-to-customer Co-creation: The Impacts of Fans' experience in the Context of Large Public Events. International Marketing Trends Conference, Sep 2016, turin, Italy. ⟨hal-02534120⟩

DUCROQUET Aude, LOUART Pierre, « Les Congrès : Lieu d'intelligence collective ? », Communication lors du Congrès de l'AFMAT, l'innovation dans le tourisme : l'heure des défis, Chambéry : 3-4 mai 2016

EGON B. Thèse, Entwicklung und Ausgestaltung des Messe-und Ausstellungswesens in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg: Marktwirtschaft und Verbrauch - Schriftenreihe der GfK-Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung, 1960, Nürnberg

EVERS N. et KNIGHT J. (2008), "Role of international Trade Shows in small firm internationalization: a network perspective", International Marketing Review, 25, 5: 544-562.

EZRATTY Olivier, Compte-rendu de visite du CES de Las Vegas 2018 : http://www.oezratty.net/wordpress/2018/rapport-ces-2018/

FABRY Nathalie, 2009, le « cluster touristique » : pertinence du concept et enjeu pour les destinations, revista de la SEECI, n°20, Novembre, année 12, pp 108-131,

FABRY Nathalie, ZEGHNI Sylvain, Cluster tourisme du val d'Europe : l'ambition de l'excellence, Espace 312, mai-juin 2013, pp.43-48

FARCOU R., KAPLAN D., Le confiance numérique : De nouveaux outils pour refonder la relation entre les organisations et les individus, FYP éditions, LA Fabrique des possibles, 2012

FAVRE Guillaume, « Des rencontres dans la mondialisation, Réseaux et apprentissages dans un salon de distribution de programmes de télévision en Afrique sub-saharienne, sous la direction d'Emmanuel LAZEGA, Université de Paris Dauphine, décembre 2014.

FERAUD Olivier, Mémoire de maîtrise présenté à l'Université de Paris X Nanterre, directeur : Bernard LORTAT-JACOB, 2003

FERÉROL Marie-Eve, Cluster tourisme et redynamisation territoriale et touristique : le cas de Goazen au Pays Basque, Tourisme et Territoires, vol 3 (2013)

FEUERHAHN Wolf et RABAULT-FEUERHAHN, Présentation : la science à l'échelle internationale, REVUE GERMANIQUE INTERNATIONALE, 12/2010, La Fabrique internationale de la science, Les congrès scientifiques de 1865 à 1945, CNRS Editions, p. 5-15

FORAY D., L'économie de la connaissance, La Découverte, nouvelle édition, 2009

FOUCAULT Michel, Des espaces autres, Dits et Ecrits, T.IV, 1980-1988, Editions Gallimard, 1994, p. 752-762, écrit en 1967.

FOUCAULT Michel, La volonté de savoir, Editions Gallimard 1976

FRASCATI MANUAL 2015, p.59, fig. 2.2 "Fields of R&D classification"

GAYOT Gérard, « La main invisible qui guidait les marchands aux foires de Leipzig : enquête sur un haut lieu de la réalisation des bénéfices, 1750-1830 », Revue d'histoire moderne & contemporaine 2001/2-3 (n°48-2), pages 72 à 103, 2001

GEERTZ Clifford, Le Souk de Séfrou. Sur l'économie de bazar, Editions Bouchène, 2003

GEERTZ Clifford, (1978), The bazaar Economy : Information and Search in Peasant Marketing, The American Economic Review, Vol. 68, n°2, Papers and Proceedings of the Ninetieth Annual Meeting of the American Economic Association (May, 1978), pp. 28-32, publié par American Economic Association, http://www.jstor.org/stable/1816656 . Nous devons la connaissance de Clifford GEERTZ à Alexandre MALLARD. Clifford GEERTZ est très connu des sociologues. Nous avons vu ensuite qu'il était cité par Patrick ASPERS et Asaf DARR dans leur article de 2011.

GEPPERT Alexander C.T. COFFEY Jean and LAU Tommy, International Exhibitions, Expositions Universelles and World's Fairs, 1851-2005: A Bibliography, Freie Universität Berlin, Germany, California State University, Fresno, USA, 2006

GETZ D., Event Studies, Theory, research and policy for planned events, Elsevier, 2007

GETZ Donald, PAGE Stephen J., Progress and prospects for event tourism research, Tourism Management 52 (2016), 593-631, Elsevier.

GIGET Marc https://www.facebook.com/LesInnOvents/posts/398840813534242 : Les expositions universelles : creusets de la révolution scientifique, cultuelle et industrielle. Séance du 15 Janvier 2013.

GOPALAKRISHNA, S., ROSTER, C. A. and SRIDHAR, S. (2010), "An exploratory study of attendee activities at a business trade show", Journal of Business & Industrial Marketing, 25, p. 241-248

GRAIG MACKINLAY A., Event Studies in Economics and Finance, Journal of Economic Literature Vol. XXXV (March 1997), pp. 13–39

GROSSETTI Michel, (2008), Proximities and embedding effects, European planning studies, Vol.16, n°5, pp. 629-642.

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

GROSSETTI M., BES M-P, Proximité spatiale et relations science - industrie : savoirs tacites ou encastrement (Polanyi ou Polanyi) ? Réflexions à partir d'une étude sur les collaborations CNRS - entreprises en France, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n°5 - II -, 2003, pp.777-788, repris dans Problèmes économiques, n°2.828, 23 Octobre 2003, pp.28-32., voir aussi Michel Grossetti. Réseaux sociaux et médiation dans les activités d'innovation. Hermès, La Revue Cognition, communication, politique, CNRS-Editions, 2008, p. 21-27. <Halshs-00476896>

GUO MU, The Yiwu Model of China's Exhibition Economy, Provincial China, Vol. 2, No. 1, September 2010

HAGEMEISTER Frauke, Optimale nichtlineare Preise für zweiseitige Märkte / Optimisation des prix sur des marchés orientés sur deux types de cibles / Marketing / Köln, Universität, 2009

HALLE Francis, Eloge de la plante, pour une nouvelle biologie, Edition du seuil, 1999

HERRIOT Edouard, Une offensive économique, la Foire d'échantillons de Lyon, Revue des deux mondes, 6ème période, vol. 32, 15 avril 1916, p 758-787 .

HERTRICH SYLVIE Contribution à la communication événementielle : une analyse sémio-contextuelle du Mondial de l'automobile, thèse en Sciences de Gestion, Université Panthéon-Assas (Paris II).

HEY B., Präsentieren in Wissenschaft und Forschung, SPRINGER, 2011

HOERNER Jean-Michel,, « Contribution à la science du tourisme », Téoros [Online], 27-1 | 2008, Online since 01 February 2012, connection on 16 March 2018. URL : http://journals.openedition.org/teoros/355

HOLZNER Anna, Nutzenorientiertes Pricing von Messeleistungen / Pricing des prestations des Foires et Salons en fonction des besoins. / Marketing / Leipzig, Handelshochschule 2006

HOTTENGER Georges, Un centenaire – Le Congrès scientifique et l'Institut des provinces (1833-1879), dans MAM, 1934, PP 101-109

HUVELIN P., Essai historique sur le droit des foires et des marchés, Paris, 1897 ; Aubert Félix. Essai historique sur le droit des marchés et des foires , par P. Huvelin.. In: Bibliothèque de l'école des chartes. 1898, tome 59. pp. 623-626

JACOB Christian, Lieux de savoir : Espaces et Communautés, t. 1, Paris, Albin Michel, 2007

JOURDAN-LOMBARD Anne. Les foires de l'abbaye de Saint-Denis ; revue des données et révision des opinions admises. In: Bibliothèque de l'école des chartes. 1987, tome 145, livraison 2. pp. 273-338. doi : 10.3406/bec.1987.450473 http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/bec_0373-6237_1987_num_145_2_450473 , p.284

JOURDAN-LOMBARD Anne. Du problème de la continuité : y a-t-il une protohistoire urbaine en France ?. In: Annales. Économies,Sociétés, Civilisations. 25e année, N. 4, 1970. pp. 1121-1142. doi : 10.3406/ahess.1970.422349, http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/ahess_0395-2649_1970_num_25_4_422349 .

JUHEL Vincent, notice CAUMONT, Arcisse (marquis de) (10 Fructidor an IX [28 août 1801], Bayeux – 16 avril 1873, Caen), Mise à jour le 4 février 2009, Institut National de l'Histoire de l'Art, https://www.inha.fr/fr/ressources/publications/publications-

numeriques/dictionnaire-critique-des-historiens-de-l-art/caumont-arcisse-marquis-de.html

KAESER Marc-Antoine, Une science universelle, ou « éminemment nationale » ? Les congrès internationaux de préhistoire, REVUE GERMANIQUE INTERNATIONALE, 12/2010, CNRS Editions, p. 17-31

KARPIK Lucien. Dispositifs de confiance et engagements crédibles. In: Sociologie du travail, 38e année n°4, Octobre-décembre 1996. Contrats et pratiques contractuelles. Approches pluridisciplinaires. pp. 527-550

LABASSE Jean, 1984, Annales de géographie, t.93, n°520. Les congrès, activité tertiaire de villes privilégiées, [article] Pp 687-703. Doi : 10.3406/geo.1984.21193, accessible sur www.persee.fr

LAMPEL Joseph, MEYER Alan D., (2008), Field-configuring Events as Structuring Mechanisms: How Conferences, Ceremonies, and Trade Shows constitute New technologies, Industries, and Markets. Journal of Management Studies 45:6 September 2008. Nous devons cette référence à Harald Bathelt.

LATOUR Bruno, Face à Gaïa, huit conférences sur le nouveau régime climatique, Les empêcheurs de penser en rond / La découverte, 2015)

LAURIERE Christine, La discipline s'acquiert en s'internationalisant. L'exemple des congrès internationaux des américanistes, REVUE GERMANIQUE INTERNATIONALE, 12/2010, CNRS Editions, p.69-90

LEBRUN Estelle, France et Russie à l'heure de l'Exposition universelle de 1867, Relations internationale, n°164, Hiver 2016, p. 27-39

LEON Pierre. Vie et mort d'un grand marché international. La foire de Beaucaire (XVIIIe-XIXe siècles). In: Revue de géographie de Lyon, vol. 28, n°4, 1953. pp. 309-328;

LEVINE, LOCKE, SEARLS & WEINBERGER, (1999), The Cluetrain Manifesto: The End of Business as Usual, www.cluetrain.com

LEYMONERIE Claire, « Le Salon des arts ménagers dans les années 1950 : théâtre d'une conversion à la consommation de masse », Vingtième siècle, revue d'histoire, n°91, juillet-septembre 2006, p. 43-56.

LITRE VALENTIN Laura, LARQUET Vincent, BADOT Olivier, 2020, Vers une incontournable refondation de l'événement ?, In Bunkanwanicha, P., Coeurderoy, R., and Ben Slimane, S. Editor (Ed.), Managing a Post-Covid-19 Era, ESCP Impact

LUCKOVA Valentina. Thèse de doctorat d'Université Paris-Est École doctorale ville, Transports et Territoires. L'avènement des centres de congrès en France : une stratégie de développement touristique dans les années quatre-vingt. Thèse dirigée par Madame Virginie Picon-Lefebvre, professeur HDR à l'ENSA Paris-Belleville, soutenue le 16 janvier 2019

LURCEL Dominique, Le théâtre de foire au XVIIIème siècle, édition 10/18, 1983 ; 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 : les foires du XVIIIe siècle, espaces de culture et de subversion

LURCEL Dominique, Le Théâtre de la Foire (Folio Théâtre, 2014).

LUSSAULT Michel, L'Avènement du monde, Essai sur l'habitation humaine de la Terre, Editions du Seuil, La Couleur des Idées, 2013, chap.I L'urbanisation du Monde

LUSSAULT Michel, Hyperlieux, les nouvelles géographies de la mondialisation, Editions Seuil, La Couleur des Idées, 2017

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

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

JULLIAN René. La foire de Beaucroissant (Isère). In: Revue de géographie alpine. 1926, Tome 14 N°3. pp. 601-616

MARGAIRAZ Dominique, Foires et Marchés dans la France préindustrielle, Editions de l'Ecoles des Hautes Etudes en Sciences Sociales, 1988

MARTINEZ Monique, HISPANIA n°20, 2017, Monique MARTINEZ THOMAS, Bruno PERAN, Gilles JACINTO, Cédric AIT-ALI, Rémy BESSON, Lucie AUSSEL, Laurent MORILLON : Théâtre et congrès: vers une réflexion sur la dimension expérientielle de l'événement congrès ; Gilles JACINTO, Camille MAYER, Benoit DESCOMBE, Monique MARTINEZ THOMAS, Bruno PERAN: La « congrèturgie »: penser le congrès comme une scène. L'exemple d'EuroPCR 2016

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, spaces-online.com;

MATTELART Armand, L'invention de la communication, La Découverte/Poche, 1997, II. Les Utopies du lien universel, 5. Le temple de l'industrie, p. 131

MATTERN SIEGFRIED, Université de Brême, Thèse, Sciences économiques, 2008, Public Private Partnership als optionale Strategie für Messeveranstalter / PPP comme option stratégique pour les organisateurs de Foires et Salons.

MAYAUX F., SHAW J., TISSIER-DESBORDES E., (2006), "Les foires et salons : pour quoi faire ? Objectifs des exposants et mesure de l'efficacité", DM DECISIONS MARKETING, janvier-mars, pp 23-32,

MENDIETA S. et JUD Peter, entretien avec Peter Jud, archéologue et responsable d'opération chez Archéodunum, propos recueillis par Santiago Mendieta, Revue Midi-Pyrénées Patrimoine, n°29, Printemps 2012 p. 20 – (La coïncidence des fouilles archéologiques et du projet de nouveau Parc des expositions de Toulouse)

MOORE Ellen Wedemeyer THE FAIRS OF MEDIEVAL ENGLAND: AN INTRODUCTORY STORY, Pontifical Institute Of Mediaeval Studies, Toronto, 1985 First Edition.

MORIN E. Les sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur, points Seuil, 2000, p.39 Chap 2 : « les principes d'une connaissance pertinente »

MUSSET Lucien. Foires et marchés en Normandie à l'époque ducale. In: Annales de Normandie, 26e année n°1, 1976. pp. 3-23.

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

NONAKA et KONNO ,« The concept of ba : building a foundation for knowledge creation", California Management Review, vol 40, n°3, spring 1998, p 40-54

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

ORY Pascal, DUANMU MEI, Les expositions universelles : un objet d'histoire « bon à penser » », in Relations Internationales, N°164, Hiver 2016, p 105-109.

PAILLER Jean-Marie, Du magos gaulois au macellum romain, MP PATRIMOINE. REVUE MIDI-PYRENEES PATRIMOINE, n°27, Automne 2011,

PAUL-MARCETTEAU Agnès. Les auteurs du théâtre de la foire à Paris au XVIIIème siècle. In : Bibliothèque de l'école des chartes, 1983, tome 141, livraison 2, pp. 307-335.

PAULUS Krystel, Les conditions d'émergence d'une démarche RSE dans l'événementiel : Une analyse à partir d'Angers Expo Congrès et du salon professionnel SIVAL, Thèse présentée en vue de l'obtention du grade de Docteur de l'Université d'Angers sous le sceau de l'Université Bretagne Loire, sous la direction de Cécile CLERGEAU, Professeur des Universités, Université de Nantes - IEMN IAE, novembre 2016

PESEZ J.-M. Des colloques, pour quoi faire ?. In: Communication et langages, n°26, 1975. pp. 79-86.

PETROWISTE J., Naissance et essor d'un espace d'échanges au Moyen Âge : le réseau des bourgs marchands du Midi toulousain (début du XIe-milieu du XIVe siècle), thèse de doctorat, Université Toulouse-Le Mirail, 2007

PETROWISTE J., L'avènement du mercadal. Les origines médiévales des marchés actuels, MP PATRIMOINE. REVUE MIDI-PYRENEES PATRIMOINE, n°27, Automne 2011,

POLANYI Michael, The tacit dimension, Doubelday & Company, INC. Garden City, New York, 1966

PÖLLMANN Michael Peter, (2013), Process definition for innovation in trade fairs, a thesis submitted in partial fulfilment of the requirements of Edinburgh University, for the award of Doctor of Philosophy

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

PULMAN Bertrand, SALONS ? Rencontres et surprises, DUNOD 2019

RABAULT-FEUERHAHN Pascale, « Les grandes assises de l'orientalisme ». La question interculturelle dans les congrès internationaux des orientalistes, REVUE GERMANIQUE INTERNATIONALE, 12/2010, CNRS Editions, 2010, p. 47-67

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

RASMUSSEN Anne, Les Congrès internationaux liés aux Expositions universelles de Paris (1867-1900), REVUE MIL NEUF CENT, CAHIERS GEORGES SOREL, N°7, 1989,

RASMUSSEN Anne, Jalons pour une histoire des congrès internationaux au XIXème siècle : régulation scientifique et propagande intellectuelle, REVUE RELATIONS INTERNATIONALES, N°62, PUF, ETE 1990, pp 115-133,

RATON Gwenaëlle Raton, Les foires au Mali, De l'approvisionnement urbain à l'organisation de l'espace rural. Le cas de la périphérie de Bamako. Thèse pour l'obtention du grade de docteur en géographie présentée et soutenue publiquement le 6 juin 2012, Université Paris I – Panthéon – Sorbonne, UFR de géographie.

REINBOTHE Roswitha, L'exclusion des scientifiques allemands et de la langue allemande des congrès scientifiques internationaux après la première guerre mondiale, REVUE GERMANIQUE INTERNATIONALE, 12/2010, CNRS Editions, p. 193-208

RINALLO D., GOLFETTO F. (2006) Representing markets: The shaping of fashion trends by French and Italian fabric companies, Industrial Marketing Management Volume 35, Issue 7, October 2006, Pages 856-869

RINALLO, D., BORGHINI, S. and G, F. (2010), "Exploring visitor experiences at trade shows", Journal of Business & Industrial Marketing, 25, 4: 249-258.

ROCHET J.-C., TIROLE J., Two-sided Markets: An Overview, 2004

ROCHET J.-C., TIROLE J. (2003), "Platform Competition in Two-Sided Markets," Journal of the European Economic Association, 1(4): 990–1029.

RODEKAMP Volker (Hrsg.): Leipzig. Stadt der Wa(h)ren Wunder. 500 Jahre Reichsmesseprivileg, Stadtgeschichtliches Museum Leipzig, Leipziger Messe Verlag, 1997

ROT Gwenaële, (2011), « Tournages et territoires, L'Ile-de-France, quel(s) territoire(s) de tournage pour quels enjeux », programme interministériel « Culture et territoires en Ile-de-France », pp26-47. Nous devons la référence à Franck COCHOY.

ROWE Dorothy Rowe, Georg Simmel and the Berlin Trade Exhibition of 1896. Urban History, 22, 1995 pp 216-228

RUBELL IN Françoise, Les scènes de reconnaissance dans le théâtre de Piron, 2013 Arrêt Sur Scène, http://www.ircl.cnrs.fr/index.html

SCHROEDER-GUDEHUS Brigitte, Deutsche Wissenschaft und internationale Zusammenarbeit. Ein Beitrag zum Studium kultureller Beziehungen in politischen Krisentzeiten (ndr : La science allemande et la coopération internationale. Contribution à l'étude des relations culturelles en temps de crise politique), thèse de l'Université de genève, Institut universitaire des hautes études internationales, 1966,

cité par Wolf FEUERHAHN et Pascale RABAULT-FEUERHAHN dans leur article de présentation de la revue germanique internationale 12/2010, p. 6

SCHROEDER-GUDEHUS Brigitte, Les congrès scientifiques internationaux, REVUE RELATIONS INTERNATIONALES, N°62, PUF, ETE 1990,

SCHROEDER-GUDEHUS Brigitte, Les congrès scientifiques et la politique de coopération internationale des académies des sciences, REVUE RELATIONS INTERNATIONALES, N°62, PUF, ETE 1990,

SELESNICK Stéphanie, nov 2018, Leave the Rides, but Bring On the Experiences – How to Add Festivalization to your Exhibitions, http://blog.ufi.org/2018/11/23/leave-the-rides-but-bring-on-the-experiences-how-to-add-festivalization-to-your-exhibitions/, UFI

SELOSSE Marc André, Jamais seul : Ces microbes qui construisent les plantes, les animaux et les civilisations, Actes Sud, 2017

SERINGHAUS, F. H., ROSSON, P. J. (1998), "Management and performance of international trade fair exhibitors: government stands vs independent stands", International Marketing Review, 15, 5: 398-412

SERINGHAUS, F. H., ROSSON, P. J (2004), "An analysis model of performance measurement of international trade fair exhibitors", Problems and Perspectives in Management, 2, 4: 152-165.

SERINGHAUS, F. H, JHONSON, P.J. , (1998), « Management and performance of international trade fair exhibitors : government stands vs independent stands", international Marketing Review, Vol 15 Iss: 5 pp.398-412

SIMMEL Georges, Berliner Gewerke-Austellung, Die Zeit, 25 juillet 1896, p.59

SØILEN K.S. (2010), "Boosting innovation and knowledge through delocalization: market intelligence at Trade Shows", Problems and Perspectives in Management, 8, 3: 2007.

SIMEONI Francesca, Il convegno nell'epoca della virtualita, sinergie n°66/2005

SPINDLER J. L'évaluation de l'évènementiel touristique, Etudes coordonnées par Jacques SPINDLER, avec la participation de David HURON, L'Harmattan, 2009

STENGERS Isabelle, BENSAUDE-VINCENT Bernadette, 100 mots pour commencer à penser les Sciences, Ed. Les Empêcheurs de tourner en rond, 2003

STENGERS Isabelle, Résister au désastre, Wildproject / Dialogue, 2019

TAFESSE W. and KORNELIUSSEN T. (2011), "The dimensionality of Trade Show performance in an emerging market", International Journal of Emerging Markets, 6, 1: 38-49.

TAFESSE W., SKALLERUD K. A systematic review of the trade show marketing literature: 1980–2014, Industrial Marketing Management, Volume 63, May 2017, Pages 18-30

TAPIA Claude, Colloques et Sociétés, Publications de la Sorbonne, 1980

TARDIEU Julien, chercheur post-doc et acousticien, dont la thèse en 2006 avait pour sujet : De l'ambiance à l'information sonore dans un espace public - Méthodologie et réalisation appliquées aux gares. Thèse de Doctorat de l'Université Paris 6, soutenue le 20/12/06

TCHERNIA Roxane, Des jeux vidéos en ligne font progresser la recherche scientifique, Le Monde, 3 mars 2014, https://www.lemonde.fr/sciences/article/2014/03/03/les-joueurs-aux-manettes_4376744_1650684.html

THEILLIER Isabelle, La création des marchés hebdomadaires, Quatre documents normands des XIVe-XVe siècles, Histoire & Sociétés Rurales, 2005/2 (Vol. 24), p. 105-121

THOMAS Jack, Le temps des Foires, Foires et marchés dans le Midi toulousain de la fin de l'Ancien Régime à 1914, Presses Universitaires du Mirail, 1993

THOMAS Jack, Animations. Les marchés, une histoire immobile, MP PATRIMOINE. REVUE MIDI-PYRENEES PATRIMOINE, n°27, Automne 2011

TIROLE Jean, Economie du Bien Commun, PUF, 2016, p. 498.

TORRE A., 2006, Clusters et systèmes locaux d'innovation. Un retour critique sur les hypothèses naturalistes de la transmission des connaissances à l'aide des catégories de l'Économie de la proximité, Régions et Développement, n°24, 15-44

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.

TURGOT, Encyclopédie, article n°40 Foire, 1757, accessible sur Gallica

UHLENDORF Martin, Die deutsche Messe- und Ausstellungswirtschaft - Räumliche Standortstruktur- bzw. -entwicklung, Standortbewertung am Beispiel der Messestadt Frankfurt -, (L'économie allemande des Foires et Salons et la valorisation, le développement et la structure des territoires, exemple de Francfort, comme ville de foires et salons), Westfälischen Wilhelms-Universität zu Münster, 2006

VANNESTE Maarten, Meeting Architecture, a manifesto, 2008, www.meetingarchitecture.com

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

VILLANI Cédric, Théorème Vivant, 2012, Editions Grasset & Fasquelle

WAQUET Françoise, Respublica academica, Rituels universitaires et genres du savoir (XVII-XXIè siècles), Presse de l'université Paris-Sorbonnes, 2010, Poster et session poster : un genre multimédia dans la communication scientifique, p. 197-232,

WILSON T.D., The nonsense of 'knowledge management', Information Research, Vol. 8 No. 1, October 2002, T.D. Wilson est Professeur Emérite, University of Sheffield, UK

ZADOW Fritz, Die Deutschen Handelsmessen, Berlin, Wilhem Christians Verlag, 1929

ZANGER Cornelia, Events und Messen, Springer Gabler, 2014

Revues

REVUE MIL NEUF CENT, CAHIERS GEORGES SOREL, N°7, 1989, Les congrès, lieu d'échange intellectuel (1850-1914) : JULLIARD Jacques. Avant-propos ; PROCHASSON Christophe. Les Congrès : lieux de l'échange intellectuel. Introduction ; RASMUSSEN Anne. Les Congrès internationaux liés aux Expositions universelles de Paris (1867-1900) ; STORA-LAMARRE Annie. Le livre en question. La censure au Congrès international contre la pornographie (Paris, 1908) ; LECERF Éric. Les Conférences internationales pour la lutte contre le chômage au début du siècle ; KALUSZYNSKI Martine. Les Congrès internationaux d'anthropologie criminelle (1885-1914) ; SAVOYE Antoine. Studieuse bourgeoisie. Les Congrès de l'École de Le Play (1882-1914) ; KLEJMAN Laurence. Les Congrès féministes internationaux ; BRIAN Éric. Y a-t-il un objet Congrès ? Le cas du Congrès international de statistique (1853-1876). (Articles disponibles sur www.persée.fr)

REVUE RELATIONS INTERNATIONALES, N°62, ETE 1990, PUF**,** Les congrès scientifiques internationaux : SCHROEDER-GUDEHUS Brigitte, Avant propos ; RASMUSSEN Anne, Jalons pour une histoire des congrès internationaux au XIXème siècle : régulation scientifique et propagande intellectuelle ; SCHROEDER-GUDEHUS Brigitte, Les congrès scientifiques et la politique de coopération internationale des académies des sciences ; BENSAUDE-VINCENT Bernadette, Karlsruhe, septembre 1860 : l'atome en congrès ; BLONDEL Christine, Les premiers congrès internationaux d'électricité ; ROESSLER Mechtild, La géographie aux congrès internationaux : échanges scientifiques et conflits politiques ; ERDMANN Karl Dietrich, Les Congrès internationaux des Sciences historiques.

REVUE RELATIONS INTERNATIONALES, N°164**,** Les expositions internationales, mises en scène de la modernité, PUF, Hiver (janvier-mars) 2016 : Claude HAUSER, François

VALLOTTON. – Entre soft power, compétition économique et divertissement de masse : les expositions internationales aux XIXe et XXe siècles ; Yohan ARIFIN. – Les expositions universelles comme communautés émotionnelles imaginées. Du bon usage des émotions dans l'art d'instruire et de divertir ; Estelle LEBRUN. – France et Russie à l'heure de l'Exposition universelle de 1867 ; Myriam BOUSSAHBA-BRAVARD. – L'autopromotion des femmes à la Foire internationale de Chicago (1893) : identités, représentations et structuration politique ; Claire-Lise DEBLUË. – De l'exposition universelle à la foire nationale. Éléments pour une histoire élargie des expositions durant la Première Guerre mondiale ; Anne-Katrin WEBER. – L'exposition de la télévision dans l'entre-deux-guerres : entre appropriation nationales et échanges transnationaux ; Claude HAUSER, L'Exposition de Montréal 1967: empreinte et matrice d'une francophonie émergente ; Pascal ORY, Duanmu MEI. – Les expositions universelles : un objet d'histoire « bon à penser »

REVUE GERMANIQUE INTERNATIONALE, 12/2010, La Fabrique internationale de la science, Les congrès scientifiques de 1865 à 1945, CNRS Editions : FEUERHAHN Wolf et RABAULT-FEUERHAHN, Présentation : la science à l'échelle internationale ; KAESER Marc-Antoine, Une science universelle, ou « éminemment nationale » ? Les congrès internationaux de préhistoire ; ROIC Marie-Claire, A propos de transferts culturels. Les congrès internationaux de géographie et leurs spatialités ; RABAULT-FEUERHAHN Pascale, « Les grandes assises de l'orientalisme ». La question interculturelle dans les congrès internationaux des orientalistes ; LAURIERE Christine, La discipline s'acquiert en s'internationalisant. L'exemple des congrès internationaux des américanistes ; MOLENDIJK Arie L., Les premiers congrès d'histoire des religions, ou comment faire de la religion un objet de science ? ; DILLY Heinrich, Trouvailles. Images latentes du congrès international d'histoire de l'art ; DECAILLOT Anne-Marie, Zurich 1897 : premier congrès international de mathématiciens ; FEUERHAHN Wolf, « Œuvrer pour l'unité de la connaissance humaine ». Le Congress of Arts and Science de Saint Louis (1904) ; LAMBERT Franklin J., Internationalisme scientifique et révolution quantique : les premiers conseils Solvay ; HÜBINGER Gangolf, PICHT Barbara, DABROWSKA Ewa, Cultures historiques et politique scientifique. Les congrès internationaux des historiens avant la première guerre mondiale ; REINBOTHE Roswitha, L'exclusion des scientifiques allemands et de la langue allemande des congrès scientifiques internationaux après la première guerre mondiale ; BLÄNSDORF, Une collaboration scientifique « dans un esprit vraiment œcuménique et international » : les congrès internationaux d'historiens

et le Comité International des Sciences Historiques dans l'Entre-deux-guerres ; MAUFROY Sandrine, Les premiers congrès internationaux des études byzantines : entre nationalisme scientifique et construction internationale d'une discipline.

MP PATRIMOINE. REVUE MIDI-PYRENEES PATRIMOINE :(http://www.edimip.com/magazines/), n°27, Automne 2011, Halles et Marchés, dossier coordonné parc Jack THOMAS avec les travaux et articles suivants : Porfolio (photographies) de Didier TAILLEFER : Commerce. Du magos gaulois au macellum romain de Jean-Marie PAILLER ; L'avènement du mercadal. Les origines médiévales des marchés actuels de Judicaël PETROWISTE ; Animations. Les marchés, une histoire immobile de Jack THOMAS ; Saint-Girons. Une capitale commerciale des Pyrénées centrales ; Fonds Labouche. Types et scènes de marchés de Sandrine BOUILLER ; Protection. Halles et parapluies de Louis PEYRUSSE ; Marché de gros. Dans le « ventre » de Toulouse de Philippe DUGOT ; Grenade-sur-Garonne. La halle au cœur de ville de Rémi PAPILLAULT.

Rapports et études dans la profession de l'évènement

AMR (entreprise de consulting privée), Globex 2019 : The global exhibition organising market: assessment and forecast to 2023. Etude payante.

AMR international, 2019, The U.S. Exhibition Industry

AMR international, 2018, Exhibition 2.0

AMR International, 2017, Denzil Rankine, THE EXHIBITION ORGANIZER OF THE FUTURE

AUGIER Philippe, Pour une politique gagnante des grands évènements – rapport au Président de la République, Avril 2009

AUMA 2020, UMA Dokumentation 14 Praxis-Workshop: Die Messebeteiligung von morgen 19. Februar 2020 · Berlin

AUMA Dokumentation 10, Nachhaltigkeit in der Messewirtschaft, Barbara-Maria Lüder · Diskussionsbeitrag, 2019

AUMA 2019, AUMA Dokumentation 11 AUMA FachForum Social Media 23. Oktober 2019 · Berlin

AUMA 2017 "Messen als Innovationsplattform - Science to Business" 7. Juni 2017 · Berlin, avec la participation de différents universitaires, par exemple Dr. Thorsten Knoll TUBS GmbH – TU Berlin ScienceMarketing · MesseArbeitskreis Wissenschaft Prof. Dr. Christine Ahrend Vizepräsidentin für Forschung, Berufung und Nachwuchsförderung an der Technischen Universität Berlin ; Dr. Peter M. Steiner Projektleiter des Science Tunnel, Max-Planck-Gesellschaft ; Prof. Dr. Sven Prüser Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW)

AUMA 2015, Verhalten und Struktur der Fachbesuchers auf deutschen Messen

AUMA 2017, publication de "Innovation und Nach- haltigkeit bei deutschen Messegesellschaften" rapport en 2017 de Master de Tim Viereck de Technischen Universität Chemnitz

AUMA 2012, publication de l'étude de prospective « Szenarioanalyse: Messen & Live Communication 2020 » en 2012 en collaboration avec l'Ecole de Commerce de Leipzig HHL Leipzig Graduate School of Management), dont les auteurs sont un Professeur et deux étudiants de masters, Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg Dipl.-Kffr. Beatrice Ermer, M.Sc. Martin Wiedmann, M.Sc.

AUMA Dokumentation 7. Wissenschaftliche Abschlussarbeit von Anne Gärtner, Technische Universität Chemnitz. Die strategische Konzeption der Messebeteiligung von Forschungseinrichtungen – Masterarbeit, Berlin 2019

AUMA COMPACT, infodienst für die Messewirtschaft, newsletters publiées deux fois par mois : https://www.auma.de/de/medien/newsletter

CCIP 2018, Rapport CCIP Ile-de-France 2018, Les salons en Île-de-France : Un outil sous-exploité par les entreprises franciliennes ? Rapport présenté par Bernard MICHEL

CCIP 2019, Tourisme d'affaires, Rencontres et Événements d'affaires à Paris Île-de-France,

CHARIE Jean-Paul, Foires, salons, congrès : pour que la France rime avec croissance, Rapport d'information de la commission des affaires économiques, Assemblée nationale, février 2006

COMITE NATIONAL DE PILOTAGE DES FOIRES, SALONS ET CONGRES, Rapport d'étape, 4 décembre 2007, par FSCEF (ex-UNIMEV), CCIP, FRANCE CONGRES

COMMISSION NATIONALE DES SERVICES, 2016, CONTRAT DE LA FILIERE "Rencontres d'affaires et événementiel" entre l'Etat, représenté par Matthias FEKL, Secrétaire d'Etat au Commerce extérieur à la promotion du Tourisme et aux Français de l'Etranger et Christophe SIRUGUE, Secrétaire d'Etat à l'Industrie, et la filière "Rencontres d'affaires et événementiel" représentée par la Renaud HAMAIDE, Vice-Président du comité de préfiguration de la filière, 20 octobre 2016, publié par la Commission Nationale des Services, Le Gouvernement de la République Française

DELOITTE ET INSTITUT FÛR MESSEWIRTSCHAFT, 2007. En 2007, l'Institut für Messewirtschaft de l'Université de Cologne, a collaboré avec le cabinet de consulting Deloitte pour la production d'un rapport sur l'innovation dans la profession : « Alles neu – Wie innovative sind deutsche Messegesellschaften ? » Comment les entreprises de Foires d'Allemagne sont-elles innovantes ? La priorité du sujet aux yeux des experts de la profession est bien énoncée, toutefois la conclusion s'intitulera : « Der frische Wind ist derzeit eine leichte Brise », « le vent nouveau est encore aujourd'hui une brise légère », http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Germany/Local%20Assets/Documents/de_CB_R_InnovMessegesellschaften_070109.pdf). En 2020, l'alarme est plus audible, sans tempête malgré tout

EY 2019, Étude inédite sur le poids et les retombées économiques des événements d'entreprise et d'institution en France https://www.unimev.fr/wp-content/uploads/2019/11/2019-11_CP_Etude-EY_FINAL.pdf

FKM Bericht 2017, Zertifizierte Messedaten 2017

FKM Bericht 2018, Zertifizierte Messedaten 2018

FROMANTIN Jean-Christophe et LE ROUX Bruno, Rapport d'information n°2325 déposé par la mission d'information sur la candidature de la France à l'exposition universelle de 2025, Assemblée Nationale, octobre 2014.

GERMAN CONVENTION BUREAU, 2013, « The evolution of Germany's meeting and convention industry ».

GERMAN CONVENTION BUREAU, 2014, Positionspapier für den Versanstaltungsstandort Deutschland, p.22, voir aussi http://www.fairpflichtet.de/ qui présente un cadre d'obligation avant tout pour le développement durable

ICCA 2013, Rapport sur les 50 ans de l'ICCA , « A modern History of International Association Meetings, 1963-2012

ICCA 2018, ICCA's newest industry report "A Modern History of International Association Meetings – Update: 1963-2017"

INSEE, Les Entreprises du secteur des foires et salons : une vive croissance et des marges élevées, INSEE PREMIERE, N° 1742, Paru le : 18/03/2019, https://www.insee.fr/fr/statistiques/3896513

LEADS 2016, Etude de marché 2016/2015 de la profession.

MARGOT-DUCLOT Jean-Luc, Rapport de mission sur le Tourisme d'Affaires, remis au Président de la Région d'Ile-de-France J.P. Huchon, 2005

MCH GROUP. Im Takt der Zeit : Von der Schweizer Mustermesse zur MCH Group, ouvrage collectif, Christoph Merian Verlag, 2016

MESSE FRANKFURT, rapport d'activité « Geschaftsbericht 2013 »,

FRANCE EUROPE 2020

MPI 2018, Meetings Outlook

OPIIEC. Etude de l'OPIIEC sur la Formation, « les formations initiales et continues stratégiques pour les entreprises Foires, Salons, Congrès », 2014, http://www.fafiec.fr/83-l-observatoire-opiiec/etudes/metiers-de-l-evenement/210-etudes-formation-continue-fsc.html (Observatoire Paritaire des métiers de l'informatique, de l'Ingénierie, des Etudes et du Conseil)

PRECEPTA 2010 Etude sur le marché des Foires et Salons.

PLASAIT Bernard, Le tourisme d'affaires : un atout majeur pour l'économie, Rapport pour le Conseil économique et social, juin 2007.

PREMIERES ASSISES NATIONALES DE L'INDUSTRIE DES RENCONTRES ET EVENEMENTS PROFESSIONNELS, 28 janvier 2008 à Paris-Nord Villepinte, Une filière mobilisée pour hisser la France au premier rang mondial, par FSCEF (ex-UNIMEV), CCIP, FRANCE CONGRES

RIFEL 2020, DIE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DER VERANSTALTUNGSBRANCHE, (L'IMPORTANCE ÉCONOMIQUE GLOBALE DE L'INDUSTRIE DE L'ÉVÉNEMENTIEL), FEUERBACH Timo, GREENLEE Randell, KALBFLEISCH Jan, RITTER Sacha, SCHABBING Bernd, ZANGER Cornelia, Berlin 2020

UFI 2020, Global Economic Impact of Exhibitions, June 2020

UFI 2019, 22nd UFI Global Exhibition Barometer, January 2019

UFI 2019, The Exhibition Industry and UN SDGs – UFI, Greenview report, June 2019

UFI, EXPLORI, 2018, Global visitor insights,

UFI 2018, Euro Fair statistics

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

UFI 2014 Global Exhibition Industry Statistics, UFI, March 2014

UIA 2013, Associations Survey, International meeting organization and issue

UNESCO, rapport mondial, 2005, Vers les sociétés du savoir (Towards knowledge societies)

UNESCO. Rapport de l'UNESCO sur la Science, vers 2030, publié en 2015. Le rapport de l'UNESCO sur la Science, vers 2030, publié en 2016, dont un des chapitres est intitulé : « La science, un élément clé de la réalisation du Programme 2030 », p.9-11, le programme 2030 étant « Le Programme de développement durable à l'horizon 2030 »

UNIMEV 2019, Event Data Book, Chiffres, analyses et tendances de la filière événementielle en 2018, Édition 2019

UNIMEV, Compte rendu de la Commission RSE, DD, novembre 2018

UNIMEV 2017, ÉTUDE CERTIFICATION LABELLISATION - ÉVALUATION DANS LA FILIÈRE « ÉVÉNEMENT

UNIMEV 2015, MEMO, Données générales et retombées économiques des Foires, Salons et Congrès en France et en Île-de-France, UNIMEV

UNIMEV, CCIP, DGE, Comité des Expositions, 2015, rapport de l'institut MEDIAMETRIE : Salons et Foires en France : un puissant outil de développement pour les entreprises Flux et chiffres d'affaires réalisés par les entreprises exposantes en France et en Île-de-France

UNWTO, Overview of the Meetings Industry in Asia, 2017

XING Events Studie, 2018, Datenschutz und Seriosität der Kanäle spielen eine entscheidende Rolle für den Kauf von Tickets, Die Eventagenda ist für Teilnehmer das wichtigste Kaufargument, Wie digitale Innovationen die Branche verändern, Kongresse & Konferenzen im Wandel

XING, 2019, XING Events Report, Die Zukunft der Eventtechnologie Wie Virtual Reality, Face-ID und Co. die Branche revolutionieren

Quelques thèses de professionnels des FSC en Allemagne

ARZT Rowena, Wettbewerbsfähigkeit europäischer Messeveranstalter (Unterstützt wurde diese Studie von dem European Chapter der UFI) / La compétitivité des organisateurs européens de Foires et Salons sur la scène internationale / Stratégie / Köln, Universität 2006

BOBEL Tilo, Logistikorientiertes Management von Events / Le management de la logistique dans les événements / Gestion / 2009

DEWITZ Jana, Methoden zur Evaluation der Effizienz von Messeveranstaltungen / Méthode pour l'évaluation de l'efficience des Foires et Salons / Gestion / Rostock, Universität 2006

DIONISIUS Regina, Die Zukunft der Messewirtschaft in Deutschland - regionalökonomische Bedeutung und Implikationen für die Wirtschaftsförderung durch überregionale Messen / L'avenir de l'économie des Foires et Salons en Allemagne – signification pour l'économie régionale et implications pour le développement économique au travers des Foires et Salons extrarégionaux./Stratégie / Köln, Universität 2005

FRITSCHE Christiane, Schaufenster des "Wirtschaftswunders" und Brückenschlag nach Osten, Westdeutsche Industriemessen und Messebeteiligungen im Kalten Krieg (1946-1973) / La Vitrine du miracle économique et le pont vers l'Est. L'industrie des Foires et Salons de l'Allemagne de l'Ouest et la participation aux Foires et Salons pendant la guerre froide (1946-1973) / Histoire / München Universität 2008

HAGEMEISTER Frauke, Optimale nichtlineare Preise für zweiseitige Märkte / Optimisation des prix sur des marchés orientés sur deux types de cibles / Marketing / Köln, Universität, 2009

HENSEL Claudia, Der Einfluss von Erlebnissen auf den Kaufentscheidungsprozess - am besonderen Beispiel der Industriegütermessen/ L'influence de l'expérience vécue dans le process de décision d'achat dans le cas particulier des Foires et Salons de biens de consommation /Marketing / Düsseldorf; Universität 2005

HOLZNER Anna, Nutzenorientiertes Pricing von Messeleistungen / Pricing des prestations des Foires et Salons en fonction des besoins. / Marketing / Leipzig, Handelshochschule 2006

KASSUBEK Martin, Attraktivität von Messen als Business-to-Business-Veranstaltung / Attractivité des Foires et Salons en tant que manifestations BtoB / Marketing / Hannover, Universität 2011

JUNG Kathrin, Ganzheitliche Markenführung von Messegesellschaften / Le management global de marque des sociétés de Foires et salons. / Marketing / Leipzig, Handelshochschule 2010

MATTERN Siegfried, Public Private Partnership als optionale Strategie für Messeveranstalter / PPP comme option stratégique pour les organisateurs de Foires et Salons / Stratégie Territoire / Bremen, Universität 2008

UHLENDORF Martin, Die deutsche Messe- und Ausstellungswirtschaft - Räumliche Standortstruktur- bzw. -entwicklung, Standortbewertung am Beispiel der Messestadt Frankfurt -, / L'économie allemande des Foires et Salons et la valorisation, le développement et la structure des territoires, exemple de Francfort, comme ville de foires et salons Géographie / économie / Münster, Universität 2006

WÜNSCH Ulrich, Event als Interaktion und Inszenierung. Ein Beitrag zu Theorie und Praxis der Medienästhetik / Evénement comme interaction et mise en scène. Contribution à la théorie et à la pratique de l'Esthétique de Médias / Media / Berlin, Technische Universität 2010

Rapports et projets de loi sur la Recherche

CONSEIL SUPERIEUR DE LA RECHERCHE ET DE LA TECHNOLOGIE. Rapport du Conseil Supérieur de la Recherche et de la Technologie, « Les nouvelles frontières de la connaissance face à la crise », avril 2014, rédacteur : Claude SAUNIER et Isabelle de LAMBERTERIE, Ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche et de l'Enseignement,

Projet de loi de programmation pluriannuelle de la recherche pour les années 2021 à 2030, 12 juin 2020, Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, NOR : ESRR2013879L/Rose-1

Rapport annexe du Projet de loi de programmation pluriannuelle de la recherche pour les années 2021 à 2030, 12 juin 2020, Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, NOR : ESRR2013879L/Rose-1

STRATEGIE NATIONALE DE LA RECHERCHE, France-Europe 2020, Mars 2015, Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche

Œuvre de fictions

Littérature

AIRA César, Le congès de littérature, Christian Bourgois éditeur, 2016, 1ère édition en 1997, traduit de l'espagnol (Argentine) par Marta MARTÍNEZ VALLS

COFIN Pierre, BALDA Kyle, Les Minions, film d'animation, 2015,

COE Jonathan, Expo 58, Edition Gallimard, 2014, Traduction de l'anglais par Josée Kamoun

JOHNSON Ben, BARTHOLMEW FAIR, 1613, New Mermaids, 2007

KOESTLER Arthur, Les Call-girls, traduction de Georges Fradier, The Call-girls, Calmann-Lévy, 1973

LODGE David, A Small World, VINTAGE 2011, first edition in 1984

LODGE David, Nice work, VINTAGE 2011, first edition in 1988

PETERS Ellis, Lafoire de Saint-Pierre, 10/18 , 1989 traduction de l'anglais par Serge CHWAT

TIECK Ludwig, La foire, nouvelle de 1832, traduit de l'allemand par Nicole TAUBES, AUBIER/Domaine allemand, 1994

Films

COPPOLA Francis Ford, The Conversation (film), 1974, Palme d'or (une séquence sur un salon de la sécurité à San Francisco)

COUZINET Emile, Le Congrès des grands-mères (film), 1954

HAMIDI Mohamed, La Vache, 2016

NICOL Andrew, Lord of War, 2005 (Une séquence dans un salon de matériel et technologie militaire)

TATI, Trafic, film de 1971 (Une séquence au salon de l'auto d'Amsterdam)

TOLEDANO Eric, NAKACHE Olivier, Le Sens de la fête, 2017

Théâtre de foire

LOUIS FUZELIER , ALAIN-RENE LESAGE , JACQUES-PHILIPPE ORNEVAL, Le Théâtre de la Foire ou L'Opéra-comique, Édition de Dominique LURCEL, Collection Folio théâtre (n° 158), Gallimard, 2014

LESAGE Alain-René, Théâtre de Foire, Desjonquère, 2000

Dictionnaire

Dictionnaire historique de la langue française, sous la direction d'Alain Rey, Editions le Robert, Nouvelle édition 2010

Sites internet

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

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

http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid78733/strategie-nationale-de-recherche-dix-grands-defis-societaux.html

https://www.firabarcelona.com/la-nostra-historia/. Cette page comporte des éléments pour une histoire de l'apparition de l'usage du mot « salon »

https://www.foiresetsalons.entreprises.gouv.fr/glossaire.php (DGE)

https://www.ihs.cgt.fr/categorie/ressources/reperes-historiques/

https://www.lecalculateur.fr/comprendre/

https://www.linnovatoire.fr/

https://www.mak-wissenschaft.de/verein/

https://www.mobileworldcongress.com/

https://www.nbforum.com/nbf2018/, Helsinki, 26-27 September 2018, « Building leaders who change the world".

http://www.oezratty.net/wordpress/2018/guide-des-startups-2018/ Il existe un récension de l'ensemble des événements directement liées aux écosystèmes des start ups dans « le guide des start ups en France », publié, toujours gratuitement par Olivier Ezratty : p386-412,

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

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

https://websummit.com/, 5-8 November 2018, « the largest tech conference in the world"

Sites internet de formation

www.messe.uni-koeln.de/

www.accademiafieramilano.it/

www.mastersportal.com/search/#q=di-313|lv-master|tc-EUR&start=10.

www.lecole.school/fr/qui-sommes-nous.html.

https://formations.univ-gustaveeiffel.fr/index.php?id=1941&tx_agof_brochure%5Bbrochure%5D=457&tx_agof_brochure%5Baction%5D=show&tx_agof_brochure%5Bcontroller%5D=Brochure&cHash=84ecb13e7ec24aa8355165071cc32b12

http://formations.univ-angers.fr/fr/offre-de-formation/master-lmd-MLMD/droit-economie-gestion-02/master-tourisme-IZFKIT4E/parcours-hotellerie-restauration-evenement-IZFKKJVZ/option-evenementiel-et-rencontres-d-affaires-IZFKOUQB.html

http://unice.fr/iae/fr/formations/master/metiers-du-management-marketing/master-management-hotellerie-internationale

www.unice.fr/iup-tourisme/offre-de-formation/bac-5-master-2-e-tourisme/objectifs-de-la-formation

www.iae.univ-lille1.fr/formation/licence-pro-mpe-management-de-projets-evenementiels

www.em-normandie.com/fr/msc-international-events-management

www.excelia-group.fr/nos-formations/management/masters-science-msc-bac5#onglet-infos-comp-field_description_parcours

www.skema-bs.fr/programmes/masters-of-science/msc-management-strategique-et-evenementiel-et-tourisme

www.em-strasbourg.eu/formations/reprendre-mes-etudes/m2-marketing-et-gestion-d-evenements

Articles de professionnels

Europa Group, Ronnie LASSIAILLE, Chef du Service Marketing Digital "Etre ou de ne pas être sur les réseaux sociaux », https://www.europa-group.com/fr/etre-ou-ne-pas-etre-sur-les-reseaux-sociaux

ICCA 2017, Dr. Meskó Bertalan // The Medical Futurist, 4 Trends shaping the future of medical events, https://www.iccaworld.org/knowledge/article.cfm?artid=499

ICCA 2019, Mathijs Vleeming, 13 octobre 2019, Using digitalisation to create continuous engagement and smart data, https://www.iccaworld.org/knowledge/article.cfm?artid=678

Articles sur le COVID 19 dans la profession de l'évènement

Interview d'Olivier ROUX, vice-Président de l'UNIMEV et cofondateur de GL events, my event network, 18 mars 2020, https://www.myeventnetwork.com/newsroom/edito/olivier-roux-unimev-interview-evenementielle-crise-sanitaire-coronavirus-relance Publié le 18/03/2020

UFI, 7 mai 2020, "UFI welcomes move by German authorities to separate trade shows from "mass gatherings" ", sur le site de UFI.org

BOEUF Gilles, Notre ennemi n'est pas le virus, mais nous-mêmes, 12 mai 2020, La tribune https://acteursdeleconomie.latribune.fr/debats/opinion/2020-05-12/gilles-boeuf-notre-ennemi-n-est-pas-le-virus-mais-nous-memes-847472.html

COLLECTIF « Non à un retour à la normal », Tribune par un collectif, 6 mai 2020, https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/05/06/non-a-un-retour-a-la-normale-de-robert-de-niro-a-juliette-binoche-de-joaquin-phoenix-a-angele-l-appel-de-200-artistes-et-scientifiques_6038775_3232.html

ANGLARET Xavier, WYMANT Chris, JEAN Kevin, « Chercheurs, donnez l'exemple, prenez moins l'avion, The Conversation, 30 janvier 2019, https://theconversation.com/chercheurs-donnez-lexemple-prenez-moins-lavion-110613

TABLE DES MATIERES

Remerciements 7

SOMMAIRE 13

Liste des abréviations 15

INTRODUCTION GENERALE 19

VOLET 1 : LA THESE EN BREF 35

I. Introduction 37

II. Périmètre et définition : Aller au-delà des manifestations et unir Foires, Salons et Congrès dans une même série 40

A. Au-delà des manifestations 40
B. La même série des Foires, Salons et Congrès 41
C. Porosité avec le Tourisme 42

III. De la connaissance des foires, salons et congrès aux foires, salons, congrès de la connaissance 43

A. Un paysage clairsemé de recherche sur les Foires, Salons et Congrès 43
B. Une ligne de fuite vers la Connaissance 46
C. Le Chemin de la Connaissance vers les Foires, Salons et Congrès 48

IV. Désir et créativité 50

A. Existe-t-il un désir de recherche et d'innovation dans les Foires, Salons et Congrès ? 50
B. La créativité des professionnels des Foires, Salons et Congrès : manières de chercher et d'innover. 54

V. Recherche et innovation dans les Foires, Salons et Congrès 58

A. Pour construire les bases d'une stratégie de Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès 58
B. Système de connaissance 60
C. Les foyers des évènements 61
D. Qui ? 63

VI. Conclusion 64

VOLET 2 : LA THESE EN DETAIL 67

PARTIE I. PERIMETRE ET DEFINITION : Aller au-delà des manifestations et unir Foires, Salons et Congrès dans une même série. 69

I. Au-delà des manifestations 72

A. Description brève des quatre ensembles du champ d'investigation 72
B. Les liens entre les ensembles 73
C. La mesure de l'activité : petite mais disséminée 74
II. Une recherche de définition des Foires, Salons et Congrès 75
A. Définition des foires et salons 77
B. La définition des congrès 80
C. La séparation et l'union des Foires, Salons et Congrès 83
III. L'Evènement : trouble et symptôme d'une quête du temps et du présent 86
A. Propagations 87
B. Quête d'actualité 88
C. Essai de définition 89
D. Les « events studies » unissent les Foires, Salons et Congrès dans une même catégorie 91
E. La composition des Foires, Salons et Congrès 93
IV. La production des Foires, Salons et Congrès 95
A. Les organisateurs 96
B. Les prestataires 97
C. Les gestionnaires de site 98
V. Le bord collé du tourisme 100
VI. Conclusion 101

PARTIE II. DE LA CONNAISSANCE DES FOIRES, SALONS ET CONGRES AUX FOIRES, SALONS, CONGRES DE LA CONNAISSANCE 103

I. Un paysage clairsemé de recherche sur les Foires, Salons et Congrès 106
A. La générosité de l'histoire 107
B. L'Economie, d'abord du marketing et du management 115
C. Le tourisme et les congrès : pour un approfondissement du rôle territorial des FSC 126
D. Les lointains du Sud et de l'imaginaire 128
E. Conclusion 132
II. Une ligne de fuite vers la Connaissance 134
A. Le Congrès au cœur de la Science 134
B. Les proximités de la Connaissance 138
C. Les essais sur le terrain 140
D. Conclusion 144
III. Le chemin de la Connaissance vers une recherche dans les Foires, Salons et Congrès 144
A. Les proliférations de la connaissance 145
B. La Recherche dans les FSC, toujours débordante. 155
C. Conclusion 163
IV. Conclusion de la partie II 164

PARTIE III. DESIR ET CREATIVITE 165

I. PREAMBULE : Elaboration de l'enquête 171

A. Le choix de l'étude qualitative 171
B. L'échantillon 172
C. Thèmes et questions-clefs 178
D. Analyse des données 180
II. Existe-t-il un désir de Recherche et d'Innovation dans les Foires, Salons et Congrès ? 181
A. Les motivations des professionnels pour se tourner ou pas vers des activités de Recherche et d'Innovation 181
B. Les motivations des acteurs de la Recherche et de l'Innovation pour se tourner ou pas vers des activités de Recherche et d'Innovation dans les Foires, Salons et Congrès 192
C. Une certaine indifférence (conclusion) 205
III. La créativité des professionnels des Foires, Salons et Congrès : manières de chercher et d'innover 208
A. La méconnaissance des pratiques de créativité 209
B. L'innovation dans la profession est peu perçue 211
C. Le c(h)as du cas : Cas et Innovation 215
D. Culture et engagement 222
E. Cercle de paroles et rêve d'équipe 225
F. Les transferts technologiques et normatifs, et les points de fuite vers la société 229
G. Exposer la chambre obscure (Conclusion) 245

PARTIE IV. RECHERCHE ET INNOVATION 247

I. Identification des fonctions de connaissance pour construire les bases d'une stratégie de Recherche et Innovation dans les Foires, Salons et Congrès 250
A. Les fonctions de connaissance des FSC avec ses extérieurs : recherche et innovation, mondes, territoires, économie et société de la connaissance 250
B. Le système interne de la connaissance au sein des FSC 258
II. Définition d'un système possible de la connaissance et de ses objectifs 270
A. Relations entre les trois ensembles : Recherche, Créativité et Innovation, Etudes, Rapports et Enseignement 270
B. Vue sur les objectifs de système de la connaissance et des leviers possibles 274
C. Conclusion 282
III. Le rôle central des évènements pour construire la stratégie, l'émergence des évènements-recherches 283
A. Pourquoi les événements sont-ils les supports nécessaires de la construction d'un système de la Connaissance des FSC ? 283
B. Approche d'une lecture des cas-évènements en fonction de leur intensité de Connaissance 286
C. Conclusion 296
IV. Les rencontres 298
A. Qui ? 298
B. Les acteurs sont déjà là. 298
C. La création de zones de confiance 301
D. Conclusion 304

CONCLUSION GENERALE **305**

BIBLIOGRAPHIE **318**

TABLE DES MATIERES **354**

TABLE DES FIGURES **358**

TABLE DES TABLEAUX **360**

ANNEXES **361**

Focus sur la notion d'évènement dans le monde des Foires, Salons et Congrès | La série de temps, « répétition-colonie, capture du virtuel, décrochage, lenteur, retard-dégagement ». **362**

Réflexions sur les fonctions hétérotopiques des Foires, Salons et Congrès **371**

Guide d'entretien > base pour les acteurs des FSC **376**

Guide d'entretien > base pour les acteurs de la Recherche et de l'Innovation **380**

Résumé **384**

Abstract **384**

TABLE DES FIGURES

FIG. 0. ARCHITECTURE DE LA THESE 32

FIG. 1 : PREMIER SCHEMA DU CHAMP DE RECHERCHE DES FSC 73

FIG 2. DOMAINES DE RECHERCHE ECONOMIQUES SUR LES FOIRES ET SALONS PAR TYPE D'ACTEURS 126

FIG. 3 – DIFFERENTS NIVEAUX DE RECHERCHE DANS LES FSC 157

FIG 4. APPORT DES TRAVAUX SCIENTIFIQUES POUR LES FSC 161

FIG 5. APPORT DES TRAVAUX SCIENTIFIQUES POUR LA RECHERCHE 162

FIG 6. LEVIERS ET FREINS DU DESIR DES PROFESSIONNELS DES FSC POUR UNE RECHERCHE ET INNOVATION 191

FIG 7. LEVIERS ET FREINS DU DESIR DE RECHERCHE ET INNOVATION DANS ET AVEC LES FSC 204

FIG 8. SCHEMA RECAPITULATIF DES ELEMENTS FAVORABLES ET DEFAVORABLES A UNE RECHERCHE ET INNOVATION DANS LES FSC DU COTE DES PROFESSIONNELS DES FSC ET DE CELUI DES ACTEURS DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION 206

FIG 9. SCHEMA DE PERCEPTION DE L'INNOVATION AU SEIN DE LA FILIERE DES FSC 214

FIG 10. LE C(H)AS DU CAS 216

FIG 11. SCHEMA DE LA TOILE CASUISTIQUE DES MANIFESTATIONS 218

FIG 12. SCHEMA SUR LA SAGESSE DE LA VITESSE DES PROFESSIONNELS QUI DOIVENT FAIRE « VITE ET BIEN » 222

FIG 13. LES CERCLES COLLABORATIFS ORGANISES PAR LES ENTREPRISES DES FSC 227

FIG 14. SCHEMA DU CYCLE DES TECHNOLOGIES ET DE L'EXPOSITION : DES TECHNOLOGIES EXPOSEES AUX TECHNOLOGIES DE L'EXPOSITION 231

FIG 15. CHAMBRE OBSCURE – LA CREATIVITE DES PROFESSIONNELS DES FOIRES, SALONS ET CONGRES 246

FIG 16. LA PINCE DE LA CONNAISSANCE DES FSC 253

FIG 17. LES JONCTIONS DE CONNAISSANCE ENTRE LES FSC ET LES PLANS DE SERVICES 254

FIG 18. SCHEMA D'ANALYSE DES FONCTIONS DE CONNAISSANCE 256

FIG 20. LES ACTEURS POSSIBLES DE « SYNTHESE » DE LA FILIERE 269

FIG 21. LES TROIS ENSEMBLES D'UN SYSTEME POSSIBLE DE LA CONNAISSANCE 270

FIG 22. SYSTEME POSSIBLE DE LA CONNAISSANCE 273

FIG 23. SCHEMA DE CONSTRUCTION DES OBJECTIFS D'UNE STRATEGIE DE RECHERCHE ET INNOVATION EN FONCTION DES BENEFICIAIRES ET EVOCATION DES CRITERES 278

FIG.24. ASSIETTE DE LA CONNAISSANCE POUR L'EVALUATION DES PUISSANCES DE CONNAISSANCE DES FSC 287

FIG 25. CRITERES DE LECTURE DES CAS-EVENEMENTS LIES A LA CONNAISSANCE 294

FIG 26. OPPORTUNITES MULTIPLES ET DISPERSEES DE FSC POUR L'EMERGENCE DE PROJETS DE RECHERCHE ET INNOVATION 296

TABLE DES TABLEAUX

TABLEAU 1. REPARTITION DES ENTRETIENS EN FONCTION DE LEUR DUREE EN MINUTES 171

TABLEAU 2. GRAPHE DE REPARTITION DES ENTRETIENS EN FONCTION DE LEUR DUREE EN MINUTES 172

TABLEAU 3. ECHANTILLON DES PROFESSIONNELS DES FSC 175

TABLEAU 4. REPARTITION GEOGRAPHIQUE DE L'ECHANTILLON DES PROFESSIONNELS DES FSC 176

TABLEAU 5. ECHANTILLON DES ACTEURS DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION 178

TABLEAU 6. REPARTITION GEOGRAPHIQUE DES ENTRETIENS AVEC LES ACTEURS DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION 178

TABLEAU 7. LISTE DE QUELQUES ASSOCIATIONS ET FEDERATIONS IMPORTANTES DE LA FILIERE 266

TAB. 8. TABLEAU DES OBJECTIFS DES STRATEGIES DE RECHERCHE ET INNOVATION 279

ANNEXES

Focus sur la notion d'évènement dans le monde des Foires, Salons et Congrès | La série de temps, « répétition-colonie, capture du virtuel, décrochage, lenteur, retard-dégagement ».

La notion d'évènement prend largement le pas dans le monde des Foires, Salons et Congrès, sur la dénomination de ces derniers. C'est presque un archaïsme aujourd'hui de ne pas englober sous le grand vocable d'évènements toute forme de manifestations. L'objectif de ce texte n'est pas ici d'expliciter pourquoi et comment l'évènement finit par structurer un monde qui devient « monde de l'évènement » ou « secteur de l'évènementiel », mais de s'intéresser aux types de temporalités produites par les manifestations.

Ainsi liée plus clairement au temps, à notre présent, peut s'évaluer un peu mieux le rôle que peuvent jouer les manifestations dans notre époque et comment s'intéresser à leur régime de temporalités peut servir la réflexion sur leurs évolutions.

Le périmètre ne sera pas exhaustif, nous ne remonterons pas le temps de l'histoire et les vastes incises des foires de l'antiquité à l'âge moderne. Il ne s'agit pas ici d'écrire sur leur traversée des siècles, même si leur antique âge porte souvent les professionnels à en rester à des foires éternelles ou à des rencontres « essentielles » qui ne peuvent pas ne pas être « entre les hommes ». Ce sera d'abord le présent des manifestations qu'il faudra creuser.

Et le premier approfondissement sera sur la nature cyclique des FSC. Ils reviennent toujours d'année en année. Que nous apprend cette répétition sur la nature d' « évènement » des FSC ? L'édition actuelle est répétition d'éditions qui, elles, ne le sont plus ou pas encore, actuelles. Mais leur « inactualité » est-elle pour autant une absence ? Ou ne constitue-t-elle pas un certain régime de virtualité qui nous conduit à nous interroger, en pleine ère digitale : sont-elles moins "virtuelles" que les offres internet ? Ne sont-elles pas, de manière inattendue, des outils extrêmement modernes d'une "technologie du temps", voire des armes de résistances temporelles (décrochage) ? Les manifestations dispersées sur la géographie mondiale deviennent alors des fenêtres de temps à la surface de notre planète. Alors que celle-là est dite, avec ses habitants fous que nous sommes, tourner de plus en plus vite, ne peuvent-

elles pas constituer une sorte de filet de ralentissement, de para-vitesse ? Et n'existe-t-il pas au cœur de la filière et de ses modes de fonctionnement une sorte de retard originaire, indépassable, qui lui fera rater les grandes flèches du progrès et peut-être paradoxalement aller plus vite et plus loin. La filière des FSC serait en avance !

1. L'événement comme colonie

Qu'y-a-t-il à chercher ? Les foires existent depuis si longtemps que toute recherche semble illusoire, qu'est-ce qui n'a pas déjà été expérimenté ? Comme si le monde s'était déjà déployé et que les catégories éternelles des foires n'avaient plus qu'à se répéter. Comme il nous paraît impossible de nous en sortir en prenant de la hauteur, nous allons passer par un côté, en l'occurrence celui qui nous invite tant à la coutume, aux certitudes, celui de la répétition des manifestations. Une des caractéristiques essentielles des Foires, Salons, Congrès est leur répétition. Ils se déroulent selon des séries d'éditions. Or cette répétition est rarement utilisée en tant que telle comme un outil de réflexion sur la nature des manifestations. A peine sert-elle pour rappeler la durée des manifestations et l'expérience capitalisée : 80ème foire, 32ème congrès, … Il est même assez rare que les organisateurs d'une manifestation envisagent plusieurs éditions à venir. Ils s'arrêtent souvent à la prochaine. Cette limite est à la fois une négligence à l'égard de la nature des manifestations, une soumission à la coutume et un optimisme : la prochaine édition est capable de tout et l'imprévisible, y compris radical, est possible ; et la manifestation aura toujours lieu[1].

Par ses itérations d'éditions, une manifestation n'est pas un individu, mais une colonie, une multiplicité, l'instar de ce que le biologiste Francis Hallé rappelle de la vie des arbres (HALLE, 1999)[2]. Cela signifie qu'une manifestation ne s'épuise pas dans l'actualité d'une édition, elle insiste encore sous des formes inactuelles, celles des

1 N'est pas d'ailleurs très loin le sentiment que la manifestation se produira éventuellement sans nous et malgré nous, lancée par son inertie bien plus grande que notre simple histoire individuelle. Plus généralement, le « corps de la foire » dépasse de loin le corps de l'homme.

2 Le botaniste Francis Hallé décrit dans son *Eloge de la plante, pour une nouvelle biologie*, Edition du seuil, 1999 que les arbres, pour un grand nombre d'entre eux, ne sont pas des individus, mais des collectifs, des colonies de réitération d'une unité, comme si chaque bifurcation de branchage était un nouvel arbre. L'arbre rejoint ici la nature du polypier. L'arbre est une colonie. Utilisons cela pour comprendre ce qu'est un événement de Foire, Salon ou Congrès : c'est une colonie d'itérations passées et à venir. L'événement est un ensemble d'éditions passées et à venir. Même si cela est tiré un peu par les branches, la foire est bien ce lieu où viennent les étrangers, i forestieri de nos amis italiens.

éditions passées et celles des éditions à venir. Elle n'est pas manifeste une fois pour toute.

C'est une bonne nouvelle que la manifestation ne soit jamais complètement manifeste. Cela permet de remonter le courant assez fort de la soif de nouveauté et de la tendance générale à l'événementialisation. Les organisateurs partent souvent du principe qu'il faut faire l'événement ou transformer la manifestation en événement. Et une telle volonté se traduit par une quête de nouveauté, comme si la manifestation arrivait ex nihilo, une création pure. L'événement serait une sorte d'exception unique au cours normal du temps. Il aurait tous les apparats de l'énorme, du bouleversant, du révolutionnaire. Il ouvrirait à lui seul une nouvelle ère. Or si la manifestation est bien une colonie d'éditions, sa nature d'événement n'est pas à chercher du côté de la nouveauté, mais du côté de la répétition. Sa force d'événement est d'avoir été et d'être encore. L'événement n'est plus dans la nouveauté mais dans le retour. L'événement est un ensemble d'éditions. Le temps actuel tient sa force de cycles passés et à venir[1]. Comment fonctionne cette cyclicité et quels types de temporalités permet-elle de produire pour les participants, dans les espaces où les manifestations ont lieu, dans la société à laquelle elle appartient ? Nous vivons dans la flèche d'un temps progressif ou à rebours dans un temps qui s'étale dans un grand présent sans avenir : le progrès ou la fin du progrès. Les foires et salons ne participent-ils pas d'un autre débat du temps, ni fête vers l'avenir, ni stationnement béat dans le présent ?

2. Capture et production de virtuel

La question prend une tournure plus circonstancielle encore si elle est articulée à la thématique maintenant très habituelle de la dématérialisation des relations et de la virtualisation via internet. Les Foires, Salons, Congrès sont-ils bien du monde « physique » en opposition au monde virtuel ? La diffusion large dans le domaine public d'internet à la fin du XXème siècle avait effrayé la profession des FSC, la vidéo-conférence aurait raison du congrès, le salon virtuel du salon de parc des expositions[2].

1 Il faudrait faire une analyse des niveaux de fidélité parmi les visiteurs, les exposants, tout participants des FSC. Il est souvent largement au-delà de 50% Les FSC sont des lieux de fidélité. Nous savons déjà qu'historiquement les Foires s'ouvraient sur des lieux de cultes ou à la porte des églises. Quant au mot « foire » en allemand, il est « Messe »

2 Le débat reprend encore toute sa force en plein « évènement » COVID.

Les pessimistes réalistes faisaient florès et luttaient contre les optimistes rassurés par l'éternité du besoin des hommes de se rencontrer et de se voir. Soit le substitut technologique, soit l'éternelle rencontre, mais dans les deux cas les FSC cantonnés au monde « physique ». Or si l'actualité d'une édition n'est qu'une part de la manifestation, c'est parce que l'ensemble de ses autres parts sont inactuelles, c'est-à-dire virtuelles. La manifestation a deux versants actuel-physique d'incarnation le temps d'une édition dans un lieu donné, et virtuel (DELEUZE, 1969)[1]. L'actuel ne se départ pas du virtuel, il suffit simplement de noter l'extrême fidélité des intervenants, visiteurs ou exposants, participants d'une manifestation, revenants donc des éditions passées et déjà projetées dans la certitude d'un retour demain. Ils reviendront. Cela suffit à donner à l'expérience présente une force nouvelle, à la fois d'être dedans, dans l'épreuve des faits, et dehors, de ceux qui ont eu lieu et vers ceux qui n'ont pas encore eu lieu. Les Foires, Salons et Congrès sont donc bien virtuels pour une grande part. Là et ailleurs et pas seulement là. Toute l'analyse de leur rôle dans notre société moderne investie par les technologies numériques de dématérialisation s'éloigne sans doute de la pertinence en enfermant le raisonnement dans l'opposition physique versus virtuel. Il y aura donc un exercice d'identification de l'ensemble des modalités virtuelles d'une manifestation, des formes d'incorporels qu'elle produit ou qui sont produits en elle, avec leurs mécanismes : idées, fictions, imaginaire, sens, projets, à la surface des choses et des marchandises…

Un des enjeux pour les organisateurs sera alors d'envisager chaque édition comme une phase de « capture de virtuel ». Une manifestation serait une saisie de forces, un branchement sur des énergies. Il y aurait à se demander si capture, saisie, branchement ont bien aujourd'hui toujours lieu et si les FSC jouent bien leur rôle. Il restera à connaître les formes de capture et leur histoire sur les manifestations et comment aujourd'hui elles peuvent être analysées. Il sera aussi dans le même ordre d'idée à examiner la « production de virtuel » possible, c'est-à-dire la capacité d'utiliser l'actualité comme une rampe de lancement vers autre chose qu'elle, peut-être même comme une phase de transformation, de relance, de redistribution des forces et du virtuel. Que les manifestations soient au fond des machines de flux immatériels, qui se répartissent dans une série d'éditions modifiera la manière de les

1 Nous pourrions faire là référence aux travaux de Gilles DELEUZE, en particulier dans Logique du Sens, 1969, Editions de Minuit.

construire, d'envisager leurs stratégies et plus simplement de penser le rôle des acteurs de ses manifestations.

3. Eco-temporalités et décrochages temporels

Une fois libérés de la seule catégorie du « physique », nous pouvons revenir encore à l'idée de la série pour replacer les FSC dans la géographie et dans le temps. Les historiens intéressés par les FSC l'ont fait avec précision lorsqu'ils ont dressé les cartes des foires sur tel ou tel territoire, avec leurs fréquences, leur ordonnancement d'une foire à l'autre, avec bien sûr les conflits sur les dates et sur les lieux. Refaisons ce travail aujourd'hui pour imaginer les FSC et leur rôle dans notre société. Ce sera un outil pour penser différemment notre métier. D'abord brièvement, les seules répétitions et cyclicités des manifestations peuvent être une piste pour penser des « éco-temporalités » dessinées par les FSC pour une société ou une économie donnée. Il y aurait à regarder comment notre activité peut servir à créer des rythmes et des nouvelles temporalités. Et il faudrait appréhender leur nature sociale. Les FSC pourraient notamment permettre des décrochages par rapport à la seule actualité, au court terme et à l'urgence et instaureraient des nouvelles durées. Une telle puissance de « décrochage » ne serait pas négligeable, et pourrait porter des champs de développement de formes d'échanges ou de projets inédits. La série nous met dans le temps et nous permet d'imaginer des déviations possibles. Nous créons du discontinu, donc des sauts, donc des ponts, donc des dépassements de limite. Serait utile de qualifier et de développer notre "technologie du temps". Le numérique est dans le continu ou la vitesse. Il deviendrait alors intéressant de s'interroger sur la pertinence de vouloir pour les organisateurs, à travers les technologies numériques, étaler une manifestation en dehors de ces bornes réelles. L'apport d'internet et des nouvelles technologies est peut-être plus utile pour la maîtrise du réel dans les manifestations proprement dites, entre les bornes de son calendrier et dans la production d'archives de la manifestation elle-même. Il y aurait à étudier tout l'étendue de l' « augmentation » de la réalité au sens de participation à sa croissance vitale, à son intensification. Et il apparaîtrait donc qu'un de nos défis serait de savoir réinstituer des limites aux manifestations, comme l'urbaniste se pose la question de savoir comment réinstituer de la ville à l'ère du post-urbain afin de rendre une croissance de la réalité possible. A partir de l'approche sérielle des manifestations,

une grande part de notre innovation est donc du côté du temps ou des temps économiques, sociaux ou politiques.

4. Un filet de foires, salons et congrès pour ralentir la terre, les routes fiéristiques

Géographiquement, la nature coloniaire des manifestations est insuffisamment exploitée et pensée. Elle est lisible dans la production de calendrier de manifestations, chaque fédération professionnelle de la filière au niveau régional ou national s'y attèle avec plus ou moins d'exhaustivité. Des études d'évaluation de l'activité mondiale sont élaborées depuis quelques années et permettent de saisir les poids de chaque pays ou de chaque continent tant en termes de manifestations (et de m² loués) que d'infrastructures disponibles[1]. Elle se retrouve aussi dans les logiques d'implantation de marques de salons, qui sont dupliqués par les organisateurs de la zone mère – en général européenne - à des zones « filles », de nouveaux clients – Moyen-Orient, Asie, Amérique du Sud-. Mais au fond la vision géographique reste sommaire, qu'elle soit à l'échelle globale d'un continent ou de la planète ou locale sur tel ou tel territoire régional. Ne pourrions-nous pas imaginer reprendre grâce aux séries de manifestations l'idée de la création d'une toile et la mise en réseau des manifestations les unes avec les autres ainsi que des infrastructures utilisées ? Il pourrait être envisagé de créer des nouveaux ponts entre les manifestations, d'abord naturellement en fonction de secteur d'activités, de cible, de zones géographiques, mais aussi sur d'autres axes en comparant avec d'autres moyens d'échanges et leurs géographies. Il y a des routes numériques, des pipe-lines pétroliers, pourquoi pas des routes fiéristiques, elles doivent exister, comme elles ont existé par le passé, elles pourraient nous permettre de tracer d'autres cartes du monde et de relation entre les hommes et entre les territoires. Tout cela formerait bien une sorte de toile sur la planète.

Il serait intéressant de voir si cette toile-là, ce nouveau web, ne serait pas non pas du côté de l'immédiateté, mais de la durée. En effet, les manifestations produisent des cristallisations d'échanges sur des territoires, elles contribuent à un ralentissement localisé des mobilités et des rencontres : schématiquement tout bouge dans tous les

[1] L'UFI, initialement acronyme de « Union des Foires Internationales », est aujourd'hui la plus grande association internationale des professionnels des Foires et Salons. Cette association publie régulièrement des études sur la filière, notamment : Euro fair statistics et Global Exhibition Industry Statistics, téléchargeable sur www.ufi.org

sens, les manifestations provoquent des moments d'arrêts, des ancrages locaux, nous accrochons la planète pour qu'elle tourne moins vite. Elles seraient des points d'ordonnancement des mouvements frénétiques des échanges. Elles dessineraient des nervures sur la planète, des nervures de transmissions, avec des ganglions, des organes de résistance et de redistribution. Un système nerveux du corps des échanges. Pourrions-nous aller jusqu'à l'idée de cerveau, de carte cérébrale et il faudrait alors imaginer le métier comme une sorte de neuro-médiation. Les rapports qui se nouent sur une manifestation ne s'y achèvent pas, ils entrent dans la série des autres éditions. La vitesse croissante veut souvent nous faire arriver à l'instantané, dans nos manifestations, l'instantané est toujours en fait repris par les acteurs, exposants, visiteurs, dans le tricotage d'autres manifestations, d'autres dates. Même si les participants prennent les avions les plus supersoniques et communiquent avec des appareils qui utilisent la vitesse de la lumière, ils arrivent dans un espace où ils reviennent à la marche et aux déplacements simplement corporels. Ils entrent dans une temporalité du rythme des manifestations. Nous pourrions aller jusqu'à dire que les manifestations peuvent créer une décélération des modes d'existence. Ce ne serait pas un phénomène anecdotique mais une de leurs singularités historiques dans notre époque de vitesse. Leur histoire elle-même est liée aux changements de vitesse de leur environnement. Hier plusieurs semaines ne suffisaient pas pour se rendre sur une foire. La foire de Leipzig est devenue foire d'échantillons notamment sous l'effet du développement du train, de transports donc plus aisés des marchandises et de multiplication des commis voyageurs (ALLIX, 1923).

Ce ralentissement et la lenteur qui en résulte ne seraient pas des affaiblissements, des phénomènes de disparition énergétique et d'entropie, ils mèneraient à des nouvelles intensités de rapport et de perception que les modes de vie actuels et courants annihilent. Les manifestations seraient des poches de lenteur. Il deviendrait alors intéressant de qualifier cette lenteur et de décrire ses phénomènes d'apparition et ce qu'elle permet de créer. Les manifestations sont des lieux d'intensité pour une temporalité fondée sur le retour à la prééminence de la vitesse limitée des mouvements du corps et au rythme. Une nouvelle piste sera pour nous de nous rendre compte que nous avons une mission de décélération du temps moderne, notamment via le geste corporel. Et il est possible que nous rations cette mission, c'est-à-dire que nous foncions avec la vitesse.

5. Notre retard originaire, puissance de dégagement

Réussir à saisir ces forces de ralentissement est en effet une des grandes difficultés que les professionnels doivent surmonter pour inventer leur métier. Pourquoi la filière investit-elle si peu dans la recherche et l'innovation ? Certes parce que son empirisme lui donne dans chaque rencontre les pistes d'idées nouvelles que tous les laboratoires du monde paraissent incapables de fournir, mais peut-être aussi, moins naïvement et de manière plus profonde parce que le métier place les professionnels au bord du temps, quelque chose comme sa naissance et qu'ainsi placés ils vivent dans un retard essentiel, à rebours d'autres industries jetées dans la flèche du progrès et la conquête du futur. Profitons de ce retard qui épargne la vitesse, la quête unique de résultat aux dépens du parcours et de la durée avant son obtention. Plutôt que de dire que les professionnels des FSC ne sont pas innovants, il est préférable de chercher à percevoir les forces de leur retrait possible du cours des choses. Chaque manifestation est aussi une sortie du présent, un dégagement. Le retard devient celui de l'ouverture possible du temps, au-delà donc de l'ouverture d'une promesse définie qui est encore la voix du maître pour celle d'une promesse qui, si elle existe, ne finit pas de se dire. Le retard est le dégagement pour les professionnels des FSC d'une temporalité orientée. Leur engagement inclut une manière de se dégager, de sortir de ce dans quoi le cours des choses, de l'économie, du social, mais aussi des idées, les engagent. Une sortie. En se dégageant d'une certaine mécanique de la vitesse, par cette lenteur originelle et par leur effort pour l'approcher, les professionnels nous placent alors à des bifurcations possibles, à des ruptures encore inimaginables, et cela au cœur même de la répétition de nos manifestations. Des espaces peuvent s'ouvrir, de temps lents. Mais les professionnels se disent-ils tout cela ?

L'apparition de la notion d'« évènement » dans la profession des FSC est encore trop récente pour offrir tous ces leviers. Elle peut être simplement oubli des singularités que représentent les formats des Foires et salons ou des congrès, homogénéisation abusive. Mais elle peut être aussi l'inverse, le repositionnement des FSC dans leur fonction et leur puissance temporelles. Il est important de se dire en tant qu'organisateur qu'un évènement n'est pas un coup, mais une série d'édition, que ce qui fait la force d'un évènement n'est pas le seule et inévitable effet « wahou », mais une pulsation rythmée et cyclique qui permet le retour et place le temps dans sa double dimension présente d'actuel et de virtuel. Quelle nouvelle de se dire que les

évènements physiques ne sont pas moins virtuels que ceux du digital, et probablement plus encore. L'enjeu de la digitalisation ne sera donc pas la virtualisation. Sans doute est-ce même le contraire, la digitalisation des évènements physiques serait plutôt une forme d'actualisation de leur part virtuelle et donc une certaine forme d'affaiblissement. L'enjeu est donc d'importance. Penser les temporalités en réseau et imaginer les ralentissements que rendent possibles les FSC dans les filières et les territoires, et plus largement à l'échelle du présent d'une planète moderne hyperrapide n'est pas sans intérêt. Il ne s'agirait pas de renchérir sur les manifestations comme « accélératrices d'affaires ». Enfin, que la profession des SFC aujourd'hui ne soit pas en retard, qu'elle porte en elle une extrême modernité, parce que les manifestations se tiennent aussi hors des cours du temps, qu'il y ait une sorte de dégagement, d'exception temporelle qui permettent aux professionnels toujours de rattraper le temps, de ne pas se laisser ou se croire dépassés, voilà encore une piste très utile. Les professionnels des FSC peuvent penser leur rôle évènementiel, parce que leurs manifestations participent de manière singulière au présent, sont des manifestations-temps. Ils doivent peut-être aujourd'hui s'attarder à cette tâche.

Réflexions sur les fonctions hétérotopiques des Foires, Salons et Congrès

Deux chercheurs catalans, Albert CARRERAS et Lidia TORRA, en se posant la question « Pourquoi les Foires Modernes sont-elles apparues ? »[1] décrivent les motifs de la création de la Foire de Lyon[2] en 1916, en pleine guerre mondiale : la guerre économique en parallèle de la guerre armée. La Foire devait permettre de créer de nouvelles commercialités de la France avec les autres pays, notamment l'Angleterre et permettre à l'industrie française et lyonnaise de se substituer à l'industrie allemande. La Foire apparaît bien comme moyen de lutte et outil de rupture d'un dispositif contraint.

Quelles sont les batailles d'aujourd'hui ? Une de nos grandes tâches n'est-elle pas d'identifier les contraintes, les cloisonnements et les rapports de forces pour faire jouer aux manifestations une fonction de lutte ? C'est peut-être ce que nous négligeons aujourd'hui, l'évaluation de notre rôle combatif ? Il y aurait un travail d'analyse des modes de fonctionnement des manifestations pour ouvrir des situations, pour déplacer des enjeux, pour modifier des rapports de forces, pour créer de nouveaux champs de bataille. Et les Foires seraient ces zones singulières de changement possible.

Voilà pourquoi il serait intéressant de confronter les espaces des manifestations à ces hétérotopies décrites[3] il y a une quarantaine d'années par Michel Foucault. Une

---

1Why did Modern Trade Fairs appear? Albert Carreras and Lídia Torra, Universitat Pompeu Fabra, Barcelone, 2005, disponible sur www.econ.upf.edu/docs/papers/.../874.pdf

2Edouard Herriot (alors Maire de Lyon), « Une offensive économique, la Foire d'échantillons de Lyon », Revue des deux mondes, 6ème période, vol. 32, 15 avril 1916, p 758-787. Les premières lignes : « La première Foire d'échantillons française s'est tenue à Lyon, du 1er au 20 mars, dans le temps que se livrait la bataille de Verdun. On n'oublie pas de telles coïncidences ». Référence citée aussi par André Allix, Les Foires : étude géographique, Revue La géographie, tome XXXIX, n°5, janv. 1923, p. 521-563, source BNF, Gallica.

3Des espaces autres, Dits et Ecrits, T.IV, 1980-1988, Editons Gallimard, 1994, p. 752-762, écrit en 1967. « Il y a également, et ceci probablement dans toute culture, dans toute civilisation, des lieux réels, des lieux effectifs, des lieux qui sont dessinés dans l'institution même de la société, et qui sont des sortes de contre-emplacements, sortes d'utopies effectivement réalisées dans lesquelles les emplacements réels, tous les autres emplacements réels que l'on peut trouver à l'intérieur de la culture sont à la fois représentés, contestés et inversés, des sortes de lieux qui sont hors de tous les lieux, bien que pourtant ils soient effectivement localisables. Ces lieux, parce qu'ils sont absolument autres que tous les emplacements qu'ils reflètent et dont ils parlent, je les appellerai, par opposition aux utopies, les hétérotopies (…) ».

hétérotopie est d'abord un lieu différent des autres lieux, un contre espace, « une sorte d'utopie réalisée », un là-bas ici, un ailleurs présent. Parmi elles : l'asile, la prison, le cimetière, le théâtre, le cinéma, le jardin, la bibliothèque, la fête foraine, le village du club méditerrané, le Hammam, la maison close, la colonie…enfin « l'hétérotopie par excellence », le navire. Les Foires, Salons et Congrès pourraient être compris comme des hétérotopies. L'enjeu serait même qu'ils soient des hétérotopies et leur faillite qu'ils ne le soient pas, c'est-à-dire qu'ils soient seulement des homotopies, semblables aux autres espaces sociaux et donc terrain sans combat.

Nous pourrions au moins suivre les six principes de l'hétérotopologie et y chercher une source d'inspiration pour identifier les mécanismes de nos manifestations.

1. Pas de culture sans hétérotopie

Michel Foucault énonce le premier principe d'une nécessaire hétérotopie : « Il n'y a probablement pas une seule culture qui ne constitue des hétérotopies. » Il en distingue de deux types, hétérotopie de crise, mais elles disparaissent aujourd'hui, et les hétérotopies de déviation. Dans cette dernière, les individus ont un comportement déviant.

Il faudrait regarder comment les participants des foires, Salons et Congrès dévient et ce à quoi cela contribue. Ou peut-être à l'inverse comment ils dévient de moins en moins et se normalisent de plus en plus. Les foires, salons et congrès sont-ils toujours des espaces de déviation, ou d'autres espaces ont-ils pris la relève ? Quelles sont les déviations qui ne peuvent avoir lieu que sur ces espaces ?

2. Fonction variable d'une hétérotopie

Deuxième principe, la variation de fonctionnement dans le temps : « Au cours de son histoire, une société peut faire fonctionner d'une façon très différente une hétérotopie qui existe et qui n'a pas cessé d'exister ».

Les manifestations ont bien une histoire et il devient urgent de s'en souvenir pour relativiser les catégories éternelles auxquelles la profession s'accroche. A trop se dire que les foires sont intemporelles, s'oublient l'historicité de leur rôle. Nous faut-il dresser

une continuité entre les grandes places marchandes pleines d'amphores du mérovingien et le salon industriel qui préfigure les modes d'usinage à venir ? Faut-il voir dans la disparition des grandes jointures entre le Nord et le Sud de l'Europe par les Foires de Champagne le simple affaiblissement du modèle ou la fin seulement d'un mode de jonction transformé aujourd'hui en créations de nouvelles centralités et défragmentations des filières ? Le rôle financier des foires médiévales a disparu. Qu'est-ce qui est apparu ?

3. Juxtaposition de plusieurs espaces incompatibles, l'aventure du montage

Troisième principe, celui de la juxtaposition : « L'hétérotopie a le pouvoir de juxtaposer en un seul lieu réel plusieurs espaces, plusieurs emplacements qui sont en eux-mêmes incompatibles ».

Jusqu'où faisons-nous jouer à nos salons ce rôle de juxtaposition de l'incompatible, est-ce que la spécialisation des marchés ne l'efface pas, est-ce que la standardisation des comportements et les rationalisations marchandes ne coupent pas court à ces incongrus courts-circuits nécessaires à l' « altération » de l'espace.

Il y a sûrement dans les foires et salons une aventure du montage, comme elle existe au cinéma, une puissance de fiction. Mais la réalisons-nous encore ? Savons-nous que nous devons monter et cela différemment, pas seulement dans le simple asservissement aux évidences, mais en ouvrant des perspectives, en joignant l'injoignable, parce que sinon nous ne créons pas un monde, mais seulement une de ses parties ?

4. Rupture temporelle

Quatrième principe, celui de la rupture temporelle : « Les hétérotopies sont liées, le plus souvent, à des découpages du temps, c'est-à-dire qu'elles ouvrent sur ce qu'on pourrait appeler, par pure symétrie, des hétérochronies ; l'hétérotopie se met à fonctionner à plein lorsque les hommes se trouvent dans une sorte de rupture absolue avec le temps traditionnel ». C'est sans doute ce principe qu'il faudrait suivre avec le plus de précision. Michel Foucault y cite deux types d'hétérochronies, celles de

l'accumulation, « éternitaires », à l'instar de la bibliothèque, celle chronique, de la fête.

Mêlons-y les conséquences de la répétition des manifestations, leur rôle d'exception ou de poche d'une certaine lenteur, sans doute aussi aujourd'hui avec internet, les explosions d'archivages et de mémorisation de la réalité, et nous percevrons quelques pistes de travail, peut-être quelques-unes seulement dans des séries bien plus amples.

5. Frontière

Cinquième principe, celui de la frontière : « Les hétérotopies supposent toujours un système d'ouverture et de fermeture qui, à la fois, les isole et les rend pénétrables ». Voilà un des enjeux majeurs des manifestations.

Les champs de foires étaient libres d'accès, les villes investies par la Foire étaient mêmes soumises à ses flux, les Parcs des Expositions ont été construits, les Centres de Congrès, ces derniers souvent dans la ville, les premiers de plus en plus hors la ville, comme des espaces clos. Les mécanismes d'exclusion, de distanciation, puis d'accès sont nombreux. Il faudrait y lier les questions d'infrastructures routières et de transports.

Et sur les sites, mêmes les transformations ne manquent pas, ouverture certes, mais avec enregistrement croissant des informations, tris à l'entrée, ciblage des populations invitées, croissance des moyens pour rendre l'espace « sûr ». Vigipirate contribue à la création d'hétérotopie ? Viennent aussi s'y adjoindre les questions de distinction entre espace public et espace privé, plus localement encore toutes les observations sur les évolutions des stands.

6. Fonctions d'illusion et de compensation

Le sixième principe est celui des fonctions d'illusion ou de compensation : Les hétérotopies « ont, par rapport à l'espace restant, une fonction. Celle-ci se déploie entre deux pôles extrêmes. Ou bien elles ont pour rôles de créer un espace d'illusion qui dénonce comme plus illusoire encore tout l'espace réel, tous les emplacements à l'intérieur desquels la vie humaine est cloisonnée (…) Ou bien, au contraire, créant un autre espace, un autre espace réel, aussi parfait, aussi méticuleux, aussi bien arrangé

que le nôtre est désordonnée, mal agencé et brouillon. Ça serait l'hétérotopie non pas d'illusion mais de compensation ». Maison close d'un côté, colonie de l'autre cite Michel Foucault. Il est au moins sûr que les maisons closes tournaient bien au moment des foires.

Est-ce que les rapports dans les manifestations, les modes d'échanges, bien sûr théâtrales ou d'intimités, relativisent le spectacle du monde extérieur ? Il semble que cela soit peut-être l'inverse : le monde de dehors réduit peut-être à une belle illusion les échanges et la confiance des salons. Il faudrait plutôt voir du côté de la compensation et de l'ordre inventés sur les manifestations qui viendraient instaurer justement un ordre au milieu du désordre, recréer des continuités dans un monde fragmenté.

Mais il deviendrait alors nécessaire de rappeler aux organisateurs et aux filières combien une mission d'ordonnancement et d'agencement est de plus en plus fondamentale à traduire dans leur activité ou plus exactement de construction d'allure, de façonnage, presque de « poésie ».

La bataille de la Foire de Lyon peut encore être pensée. Faire des foires hétérotopiques peut être un programme stratégique : hétérotopie de déviation, variation des modes de fonctionnement, juxtaposition de plusieurs espaces incompatibles, rupture temporelle, frontière, fonction d'illusion et de compensation. Il s'agit de se dire que les Foires, Salons et Congrès sont bien des hétérotopies de notre monde contemporain et que leur pertinence et leur utilité sont fondamentalement liées à leur nature de contre-espace social.

Guide d'entretien > base pour les acteurs des FSC

Introduction

Explication par l'interviewer des « règles du jeu » de l'entretien » : - Liberté de parole - On dit les choses comme on les sent - Confidentialité garantie.

Présentation du thème de la discussion sur les rapports entre le monde des FSC et celui de la Recherche et de l'Innovation. Présentation des trois grandes phases de l'entretien : les croisements entre FSC et RI, les pratiques de RI dans les FSC, l'avenir possible. Les questions servent de relance et de guide quand la conversation et les énoncés n'y mènent pas dans le cours de l'échange.

1. **La recherche et l'innovation en général et leurs croisements avec les foires, salons et congrès (20')**

a. **la recherche et l'innovation**

Pour commencer, quelle distinction faites-vous entre la Recherche, la recherche développement et l'innovation ?

A votre avis quels sont les éléments majeurs que l'on doit retenir de la situation de la recherche et de l'innovation aujourd'hui pour comprendre les enjeux ? En commençant d'abord par la recherche, puis par l'innovation ? Relancer sur les relations recherche-entreprises, les enjeux économiques, les effets de mode, …

b. **croisement avec les foires, salons, congrès**

A votre avis, quelles sont toutes les relations qui existent entre les foires, salons et congrès et les mondes de la recherche et de l'innovation, par rapport aux enjeux de la recherche et de l'innovation ? Faut-il faire des différences parmi ces relations en fonction de la nature de l'activité (Foires et salons vs Congrès) ? Lesquels ?

A quoi servent les Foires, Salons et Congrès pour la Recherche et l'Innovation ? Relancer sur les enjeux de socialisation, de formation, de politique, de valorisation de la recherche, de relations avec les marchés. Relancer sur les salons vitrines de l'innovation.

Plus largement, les FSC ont-ils un rôle spécifique à jouer dans l'économie de la connaissance et son développement ?

c. Evolution et analyse des croisements

A votre avis quelles sont les évolutions dans le temps ? Est-ce que les relations vont s'accroître ou se distendre ?

Quels sont les point faibles / les points forts des FSC pour la Recherche et l'Innovation ? Que manque-t-il fortement pour que les liens entre les deux mondes soient plus forts ? Quels sont les leviers existants ?

2. Les Foires, Salons, Congrès (20 ')

a. Les pratiques et image de Recherche et Innovation

Quelles sont vos différentes pratiques de recherche et d'innovation que vous avez dans votre métier, au sens le plus large ? Relancer sur les pratiques de créativité interne, les influences, …Comment ces pratiques sont-elles organisées : leurs formes, leurs évolutions, sur quelles parties de l'activité (processus, technique, TIC, format des manifestations…) ?

Quels sont les différents acteurs de la Recherche et de l'Innovation que vous rencontrez dans votre métier ?

Quels sont vos liens avec les acteurs de la recherche, les expérimentations que vous avez menées. Pouvez-vous décrire un peu ces pratiques ?

Quelles sont les attentes que vous aviez pour chacun de ces types de pratiques ? Comment évaluez-vous la pertinence de vos pratiques par rapport aux attentes que vous aviez ?

Quelles sont les pratiques qui vont devenir plus importantes, moins importantes, pourquoi ?

b. Image des foires, salons, congrès

Si vous deviez faire un portrait de ce monde des foires, salons, congrès par rapport à la Recherche et l'Innovation, que diriez-vous ? Relancer : est-il innovant, est-il ouvert sur la recherche, est-il moderne, est-il utile, …Quels sont les acteurs de la profession qui sont les plus actifs sur ce sujet (type d'acteurs, taille, fédérations…) ? Sur quels champs de l'activité ?

Relancer. A votre avis, quelles images des FSC et de son industrie se font les acteurs de la Recherche ? Notamment est-ce que c'est un monde attentif à celui de la recherche ? Avec quels types de relations ?

c. L'état de la recherche et de l'innovation sur les foires, salons, congrès

i. La recherche

Savez-vous ce qui est fait en Recherche sur les foires, salons, congrès ? Les types de travaux, les disciplines, les acteurs, …

Si je vous dis que les chercheurs se sont peu intéressés à ce monde, qu'en pensez-vous ? Pourquoi selon vous alors que d'autres domaines, prenons la grande distribution, les médias, ont connu de nombreux travaux ? En quoi ce champ n'est pas intéressant ? En quoi pourrait-il intéresser ?

Si je vous dis que les professionnels des foires, salons, congrès ne semblent pas intéressés par la recherche dans leur domaine. Pourquoi selon vous ? Qu'est-ce qui est de l'ordre des freins généraux à la recherche et ce qui est spécifique à cette profession elle-même ?

Si je vous dis qu'ils sont intéressés, à votre avis, qu'est-ce qui les intéresse ? Pourquoi ? Qu'est-ce qui augmenterait leur intérêt ?

ii. L'innovation

Savez-vous ce qui se fait en innovation dans les foires, salons, congrès ? Pour quels objectifs, comment est-faite cette innovation ? (par la recherche, par l'importation de technologie, par des opérationnels, par les métiers ?) Par rapport à d'autres médias, quel est le niveau d'innovation ?

Pensez-vous la recherche capable de produire de l'innovation dans les FSC ? Oui, non, pourquoi ? Quels seraient les leviers, les freins ? En quoi l'innovation produite serait différente de ce qui s'est passé jusqu'à maintenant ?

Pensez-vous que la Recherche peut innover pour elle-même dans les FSC ? Dans quels champs. Relancer : pour servir ses enjeux de socialisation scientifique, de valorisation de la recherche, d'expérimentation ?

Que manque-t-il ?

Plus largement, en quoi la recherche peut-elle contribuer à une meilleure pertinence dans les choix stratégiques des FSC ?

3. L'avenir, les pistes possibles de construction d'une RI dans la filière et d'une mobilisation de la recherche (10')

Est-ce qu'une RI dans la filière sera véritablement un levier de développement et de compétitivité de cette activité dans le monde ?

Description d'une RI développée et forte au sein de la filière (idéal) ?

Les champs, les priorités, les modes d'actions, les résultats attendus.

Segmentations des recherches possibles.

Quels sont selon les domaines d'innovation pour les FSC ?

Les formes de collaboration entre les acteurs, au sein de la profession, avec la recherche et vice-versa ?

Guide d'entretien > base pour les acteurs de la Recherche et de l'Innovation

Introduction

Explication par l'interviewer des « règles du jeu » de l'entretien » : - Liberté de parole - On dit les choses comme on les sent - Confidentialité garantie.

Présentation du thème de la discussion sur les rapports entre le monde des FSC et celui de la Recherche et de l'Innovation. Présentation des trois grandes phases de l'entretien : les croisements entre FSC et RI, les pratiques de RI dans les FSC, l'avenir possible. Les questions servent de relance et de guide quand la conversation et les énoncés n'y mènent pas dans le cours de l'échange.

1. **La recherche et l'innovation en général et leurs croisements avec les foires, salons et congrès (20')**

a. **La recherche et l'innovation**

Peut-être pour commencer, quelle distinction faites-vous entre la Recherche, la recherche développement et l'innovation ?

A votre avis, quels sont les éléments majeurs que l'on doit retenir de la situation de la recherche et de l'innovation aujourd'hui pour comprendre les enjeux ? En commençant d'abord par la recherche, puis par l'innovation ? Relancer sur les relations recherche-entreprises, les enjeux économiques, les effets de mode, …

b. **Croisement avec les foires, salons, congrès**

Si nous regardons l'univers des foires, salons et congrès ? Quelles sont les premières idées qui vous viennent ? Quelles distinctions faîtes-vous ? Est-ce que c'est un monde que vous avez l'impression de connaître ?

A votre avis, quelles sont toutes les relations qui existent entre les foires, salons et congrès et les mondes de la recherche et de l'innovation, par rapport aux enjeux de la recherche et de l'innovation ? Relancer sur les enjeux de socialisation, de formation,

de politique, de valorisation de la recherche, de relations avec les marchés. Relancer sur les salons vitrines de l'innovation. S'agit-il seulement de montrer l'innovation, de la faire découvrir ou de participer, en la rendant public et introduite dans la société, à sa fonction d'innovation, Plus largement les FSC ont-ils un rôle spécifique à jouer dans l'économie de la connaissance et son développement ?

c. Evolution et analyse des croisements

A votre avis, quelles sont les évolutions dans le temps ? Est-ce que les relations vont s'accroître ou se distendre ?

Sur chacun des types de croissement, quels sont les dispositifs concurrents des foires, salons, congrès par rapport aux pratiques de la recherche et de l'innovation ? Les point faibles / les points forts ? Que manque-t-il fortement pour que les liens entre les deux mondes soient plus forts ? Quels sont les leviers existants ?

2. Les Foires, Salons, Congrès (20')

a. Les pratiques et image des foires, salons, congrès

Quelles sont vos différentes pratiques des foires, salons, congrès ? Faire la distinction entre foires, salons et congrès. Relancer sur ce qui est de l'ordre de recherche, de pratiques de participants (visiteurs, exposants, conférenciers), d'organisateurs. Décrire un peu ces pratiques. Les faiblesses et les forces de ce secteur par rapport aux différentes pratiques.

Quelles sont les attentes que vous aviez pour chacun de ces types de pratiques ? Comment évaluez-vous la pertinence de vos pratiques par rapport aux attentes que vous aviez ?

Quelles sont les pratiques qui vont devenir plus importantes, moins importantes, pourquoi ?

b. Image des foires, salons, congrès

Si vous deviez faire un portrait de ce monde des foires, salons congrès, que diriez-vous ? Relancer est-il innovant, est-il ouvert sur la recherche, est-il moderne, est-il utile, …les acteurs, le rôle dans notre société.

Relancer, à votre avis quelle image des FSC et son industrie se font les acteurs de la Recherche ? Notamment est-ce que c'est un monde attentif à celui de la recherche ? Avec quels types de relations ?

c. L'état de la recherche et de l'innovation sur les foires, salons, congrès

i. La recherche

Savez-vous ce qui est fait en Recherche sur les foires, salons, congrès ? Les types de travaux, les disciplines, les acteurs, l'atomisation des recherches…

Dans votre discipline en particulier ….

Si je vous dis que les chercheurs se sont peu intéressés à ce monde, qu'en pensez-vous ? Pourquoi selon vous alors que d'autres domaines, prenons la grande distribution, les médias, ont connu de nombreux travaux ? En quoi ce champ n'est pas intéressant ? En quoi pourrait-il intéresser ? Relancer notamment sur la fonction de diffraction des enjeux sociaux, urbains, politiques, scientifiques que peuvent avoir les manifestations et leurs sites ? Quels pourraient être les sujets traités ? En particulier dans votre discipline ?

Si je vous dis que les professionnels des foires, salons, congrès ne semblent pas intéressés par la recherche dans leur domaine. Pourquoi selon vous ? Qu'est-ce qui est de l'ordre des freins généraux à la recherche et ce qui est spécifique à cette profession elle-même ?

Si je vous dis qu'ils sont intéressés, à votre avis, qu'est-ce qui les intéresse ? Pourquoi ? Qu'est-ce qui augmenterait leur intérêt ?

ii. L'innovation

Savez-vous ce qui se fait en innovation dans les foires, salons, congrès ? Pour quels objectifs, comment est faite cette innovation (par la recherche, par l'importation de technologie, par des opérationnels, par les métiers) ? Par rapport à d'autres médias, quel est le niveau d'innovation ?

Pensez-vous la recherche capable de produire de l'innovation dans les FSC ? Oui, non, pourquoi ? Quels seraient les leviers, les freins ? En quoi l'innovation produite serait différente de ce qui s'est passé jusqu'à maintenant ?

Pensez-vous que la Recherche peut innover pour elle-même dans les FSC ? Dans quels champs. Relancer : pour servir ses enjeux de socialisation scientifique, de valorisation de la recherche, d'expérimentation ?

Que manque-t-il ?

En quoi la recherche peut-elle contribuer à une meilleure pertinence dans les choix stratégiques des FSC ?

3. L'avenir, les pistes possibles de construction d'une RI dans la filière et d'une mobilisation de la recherche (10')

Est-ce qu'une RI dans la filière sera véritablement un levier de développement et de compétitivité de l'activité de Recherche et d'Innovation dans le monde ? De la filière FSC ?

Description d'une RI développée et forte au sein de la filière (idéal) ?

Les champs, les priorités, les modes d'actions, les résultats attendus... ?

Segmentations des recherches possibles ?

Les formes de collaboration entre les acteurs, au sein de la profession, avec la recherche et vice-versa ?

Résumé

Depuis plus de 150 ans, les foires et salons se tiennent comme lieux d'exposition et de propagation des innovations et les congrès contribuent de manière essentielle au devenir de la science. L'objet de cette thèse est la constitution d'une Recherche et Innovation (RI) dans la filière des Foires, Salons et Congrès (FSC) afin de contribuer au renforcement du rôle stratégique des FSC dans les champs d'activités et les territoires qu'ils servent et plus largement les économies et les sociétés, et au développement de la Recherche et de l'Innovation elles-mêmes dans une modernité déterminée par les enjeux de la Connaissance. Cette thèse se limitera aux FSC, malgré la prédominance croissante de la notion unificatrice et simplificatrice de l'« événement » (sans l'exclure). Elle englobera l'ensemble des éléments de manifestations, d'infrastructures, d'acteurs professionnels et politiques impliqués.

Elle est construite sur les bases d'une analyse transdisciplinaire des travaux de recherche, encore rares, mais distribués dans de très nombreuses disciplines (histoire, géographie, économie, sociologie, sciences de gestion, littérature, …), sur une étude terrain qualitative sous forme d'entretiens semi-directifs auprès d'une population d'acteurs professionnels des FSC et d'une population d'acteurs de la Recherche et de l'Innovation, et en se servant des enseignements tirés de 20 ans d'expériences de management dans la filière, avec de multiples coopérations avec des chercheurs ou des acteurs de la valorisation.

Sur le plan théorique, cette thèse peut renforcer et identifier plus clairement le rôle majeur des FSC dans l'analyse théorique de l'économie et la société de la Connaissance et leurs fonctions réelles, mais sous-estimées, dans le développement de la Recherche et de l'Innovation. Elle contribue à accroître la théorisation de l'activité des FSC et des leviers majeurs que représentent ses mécanismes de production de connaissance dans la construction de sa compétitivité. Elle apporte de nouvelles pistes de recherche pour les chercheurs, principalement en sciences humaines et sociales et en sciences de gestion. Et elle participe à créer une approche nouvelle et des nouveaux contenus pour l'enseignement auprès des futurs professionnels de l'activité FSC et plus largement de l'évènement, et des futurs décideurs clients et utilisateurs.

Sur le plan pratique, sa première contribution est de montrer combien la constitution d'une Recherche et Innovation dans les FSC peut être une opportunité stratégique majeure et facilement accessible pour les politiques de Recherche et d'Innovation des territoires, à l'échelle régionale, nationale ou internationale, des filières, des entreprises. Elle donne aussi les bases pour construire concrètement des projets de Recherche et Innovation dans la filière FSC et présente des atouts nouveaux d'affaires et d'orientations stratégiques. Développer une Recherche et Innovation peut aussi être une clef pour renforcer la professionnalisation de la filière, renforcer ses excellences et rendre plus identifiables ses avantages dans notre économie et société de la Connaissance.

Mots clés : Foire, Salon, Congrès, Evènement, Pluridisciplinarité, Recherche, Innovation, Valorisation de la recherche, Economie de la Connaissance, Société de l'apprentissage, Territoire, Stratégie, Management, Marketing.

Abstract

For more than 150 years, fairs and trade shows have been held as places for exhibiting and disseminating innovations, and congresses have made an essential contribution to the becoming of Science. The purpose of this thesis is to set up a Research and Innovation (RI) in the field of Fairs, Trade shows and Congresses (FTC) in order to contribute to the reinforcement of the strategic role of the FTC in the fields of activities and territories they serve and, more broadly, the economies and societies, and to the development of Research and Innovation themselves in a modernity determined by the issues of Knowledge. This thesis will be limited to FTCs, despite the growing predominance of the unifying and simplifying notion of the "event" (without excluding it) and will encompass all the elements of FTC events, infrastructures, professional and political actors involved.

It is built on the basis of a transdisciplinary analysis of research work, which is still rare, but which is distributed across many disciplines (history, geography, economics, sociology, management sciences, literature, etc.), on a qualitative field study in the form of semi-directive interviews with a population of professional actors in CSPs and a population of actors in Research and Innovation, and by using the lessons learned from 20 years of management experience in the sector, with multiple forms of cooperation with researchers or actors in the field of research valorisation.

On a theoretical level, this thesis can reinforce and more clearly identify the major role of FTC in the theoretical analysis of the Knowledge Economy and Society and their actual, but underestimated, functions in the development of Research and Innovation. It contributes to increasing the theorization of FTC activity and the major levers that its knowledge production mechanisms represent in building its competitiveness. It provides new avenues of research for researchers, mainly in the human and social sciences and management sciences. And it helps to create a new approach and new content for teaching future professionals in the FSC activity and more broadly in the event, and future decision-makers, clients and users.

On a practical level, its first contribution is to show how the constitution of Research and Innovation in FTC can be a major and easily accessible strategic opportunity for the Research and Innovation policies of territories, on a regional, national or international scale, of sectors and companies. It also provides the basis for the concrete construction of Research and Innovation projects in the FSC sector and presents new advantages in terms of business and strategic orientations. Developing Research and Innovation can also be a key to strengthen the professionalization of the sector, reinforce its excellence and make its advantages more identifiable in our knowledge-based economy and society.

Keywords: Fair, Exhibition, Trade shows, Congress, Event, Pluridisciplinarity, Research, Innovation, Valorisation of research, Knowledge Economy, Learning Society, Territory, Strategy, Management, Marketing.