

# LES RESEAUX D'INNOVATION EN REGION RHONE-ALPES : ILLUSTRATION AVEC L'INDUSTRIE DES ARTICLES DE SPORT.

**Richard G.**

*IUP-MGE de Nancy, Faculté du Sport de Nancy, France*

[Guillaume.Richard@staps.uhp-nancy.fr](mailto:Guillaume.Richard@staps.uhp-nancy.fr)

Cette communication affichée aura pour sujet la présentation d'un travail de thèse, axé sur la problématique suivante : peut-on vérifier le paradigme de milieux innovateurs dans la filière sport-loisir en France ? Il s'agira de présenter la méthodologie appliquée à notre terrain d'études (la région Rhône-Alpes), l'échantillon retenu (firmes liées à la fabrication et à l'ingénierie des articles de sport - 36.4Z NAF), ainsi que les premiers résultats de cette étude.

## **ORIGINALITE DU TRAVAIL :**

Dans les sciences du sport, la science régionale en tant que nouvelle discipline, est peu (ou pas) exploitée par la communauté scientifique. Un premier essai d'extrapolation/application avait été lancé, par **Hillairet**, en 2002, sur l'existence d'un milieu innovateur dans l'industrie du sport. Cette réflexion a été le point de départ de notre travail doctoral. Dans un souci de rigueur et d'objectivité scientifique, nous avons concilié ces deux disciplines, afin de répondre à plusieurs hypothèses de travail (la région Rhône-Alpes est une zone de réseaux d'innovation ou technologique et «une concentration apparente» de milieux innovateurs - MI). Il existe un lien avec le territoire et une participation active des acteurs. Sur le plan méthodologique, nous avons souhaité, rester le plus fidèle, à la méthodologie appliquée par le GREMI, notamment celle utilisée pour l'Arc jurassien suisse avec l'industrie horlogère et les activités microtechniques (**Maillat, Crevoisier et Lecoq, 1993**).

## **METHODE :**

Notre terrain d'enquête fut la région Rhône-Alpes. Nous expliquons ce choix par les facteurs suivants : outre une grande variété de paysages et d'espaces naturels et un rôle majeur au sein de l'arc alpin, 365 000 établissements y sont implantés (91 % d'entre eux exercent leur activité économique avec moins de 10 salariés) et 15,5 % des brevets français sont inventés dans

la région (*Panorama de l'économie Rhône-Alpes édition 2004*). Dotée d'un potentiel économique et intellectuel puissant, elle bénéficie de la vitalité de nombreux secteurs et de leur capacité d'innovation. Véritable moteur régional, l'industrie offre un éventail de branches économiques très diversifiées telles l'industrie des biens de consommation ou l'industrie automobile.

D'autre part, le secteur marchand est fortement représenté avec l'industrie des articles de sport (**IAS - Andreff, 1986**), puisque 61 % des effectifs nationaux y sont concentrés (**FIFAS, 2003**). Rhône-Alpes est la première région pour la fabrication d'articles de sport. De plus, la création d'un Pôle de Compétitivité «Industrie des Sports et loisirs» en Rhône-Alpes est prévue, réunissant 20 industriels, 8 pôles de recherche/formation et 7 centres de compétences. Ce projet défend la création d'une « *Silicon Valley* » du sport en Rhône-Alpes, gravitant autour de deux plates-formes situées à St Etienne et Chambéry (*RFIS-Infos n°3*). On retrouve un grand nombre d'entreprises du secteur des sports et des activités en relation (SAR) telle que Skis Rossignol (fleuron de l'industrie française des sports d'hiver), Salomon S.A. (spécialiste des articles de sport), Lafuma (première marque française d'outdoor), Boule Obut (la référence en pétanque), Babolat (marque de raquette la plus populaire à Wimbledon en 2004) ou bien encore Petzl (spécialiste dans la production de matériel d'escalade). Toutes ces entreprises productrices d'articles de sport occupent des positions de leaders mondiaux et illustrent bien le dynamisme rhônalpin de ce secteur.

Toutefois, ces grandes entreprises (GE) ne sont pas du tout emblématiques de la vérité sociale et territoriale. En effet, ce sont les petites entreprises (PE) et les très petites entreprises (TPE - de 1 à 9 salariés) qui font tout le dynamisme du secteur en accordant notamment, une grande priorité à l'innovation et aux opportunités concurrentielles auxquelles les

leaders ne peuvent prétendre à cause de leur taille (Hillairet, 2002). En effet, la fabrication d'articles de sport est un secteur surtout constitué de PMI : 65 % des unités ont moins de 50 salariés (SESSI). C'est pourquoi, afin de vérifier notre problématique, notre échantillon s'est composé d'hypofirmes (Marchesnay, 1991), situées dans le triangle d'or Lyon-Grenoble-Annecy.

Nos critères de base ont été les suivants : le nombre de salariés (Marchesnay, 1991), les brevets utilisés (Laperche, 2003), les données économiques et comptables (Kompass) et les répertoires/annuaires d'entreprises (CCI Rhône-Alpes). Des PE/TPE ont été retenues pour leur produit/projet innovant, disposant d'un cycle de vie récent (moins ou égal à une année). Concernant les outils méthodologiques, se situant dans une approche socioéconomique et partant de la méthodologie du GREMI, nous avons exploité une grille d'entretien afin d'évaluer l'innovation (en tant que stratégie d'entreprise ou autour d'un ou plusieurs produits) et de « décortiquer » le réseau de l'entreprise, c'est-à-dire connaître toutes les ramifications (créateur, partenaire, technicien...).

## RESULTATS ESCOMPTES :

Si l'on s'en tient à la définition académique du MI (celle prônée par la science régionale et l'économie spatiale), et plus précisément à l'existence d'une proximité géographique entre les différents acteurs et partenaires de l'innovation, il peut difficilement y avoir de MI dans la filière sport-loisirs (Hillairet & Richard, 2005). Toutefois, à partir du modèle du GREMI, c'est-à-dire après avoir reconstitué l'ensemble des firmes ou organisations ayant eu des liens déterminants dans le processus d'innovation, avec la firme de départ et après analyse, des réseaux d'innovation sont apparus. En effet, sur l'ensemble des PE/TPE interrogées (36.4Z NAF), certaines ont créé un espace de relation collectif adéquat à la combinaison créatrice de savoir-faire internes et externes à la firme (Maillat, Crevoisier et Lecoq, 1993).

## BIBLIOGRAPHIE :

**Andreff, W. & Nys, J.-F. (1986).** *L'économie du sport* (4<sup>e</sup> édition mise à jour), 2294, Paris : PUF.

**Aydalet, P. (1986).** *Milieus innovateurs en Europe*, Paris : GREMI.

**Hillairet, D. (2002).** *Economie du sport et entrepreneuriat*, Dunkerque : Innoval ; Paris : L'Harmattan.

**Hillairet, D. & Richard, G. (2005).** Milieux innovateurs et filière sport-loisirs : essai d'application d'un paradigme technico-industriel du développement économique régional endogène, in Sobry, C. & Boucher, P. (Coord.), Villeneuve d'Ascq : Edition Universitaire du Septentrion.

**Laperche, B. (2003).** Innovation et brevet : des relations contradictoires, communication aux tables rondes *Management de l'innovation*, LAB.RII, Université du Littoral, 23-24 janvier 2003.

**Maillat, D., Crevoisier, O. & Lecoq, B. (1993).** Réseaux d'innovation et dynamique territoriale. Un essai de typologie, *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 3/4, pp. 407-432.

**Marchesnay, M. (1991).** De l'hypofirme à l'hypogroupe – Naissance, connaissance, reconnaissance, *Les cahiers du L.E.R.A.S.S.* n°23 – mai 1991.

**Misfud, P., Perrin, J.-C., & Planque, B. (1991).** Milieux innovateurs : réseaux d'innovations, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, - numéro spécial n°3-4, Poitiers : ADICUEER, pp. 296-533.

Panorama de l'économie régionale Rhône-Alpes 2004 - version CD-ROM. CCI Rhône-Alpes.

RFIS-Infos n°3