

Atelier

**La diffusion spatiale d'une innovation indienne dans les petites villes égyptienne ou les réseaux aléatoires de la distribution de l'autorickshaw dans le delta du Nil**

Philippe Tastevin

Post-doc MUCEM

**La diffusion spatiale d'une innovation indienne dans les petites villes égyptienne ou les réseaux aléatoires de la distribution de l'autorickshaw dans le delta du Nil**

Pour qu'un processus de diffusion spatiale naisse et se développe, il faut d'abord qu'apparaisse en un lieu une chose spécifique, une innovation qui soit susceptible de se propager dans l'espace. Depuis son introduction en Egypte, précisément à Simbâlawayn dans le delta du Nil en 2000, la représentation spatiale de la pénétration du rickshaw à moteur met en scène une chronologie inéluctable de sa diffusion. La réduction graphique aussi efficace soit-elle quand il s'agit de prendre la mesure de la prospérité de l'innovation indienne pourrait laisser penser que le processus à l'œuvre est linéaire, qu'il suit une série d'étapes prévisibles dans le temps et dans l'espace. Mais l'effet de voisinage ne considère pas les effets de hasard et l'accumulation numérique, soit la courbe logistique de la diffusion d'une innovation ne dit rien de l'accumulation stratégique des instigateurs de l'autorickshaw. Aussi, pour qui s'intéresse à la cartographie des réseaux sociaux et aux dynamiques des territoires, les processus de diffusion d'une innovation constituent un objet riche en enseignements autant qu'en difficultés. L'ambition de cette communication est d'enrichir notre compréhension des phénomènes de diffusion des innovations, en mettant en perspective deux régimes descriptifs : cartographique et ethnographique. Il ne s'agit pas de substituer à un modèle géographique un modèle ethnographique de la diffusion, mais de combiner les dimensions spatiales et sociales du phénomène pour expliquer finalement à quoi tient le succès égyptien de l'autorickshaw indien.