

# **L'innovation en contexte traditionnel : une revue de littérature systématique**

**Lambert, Charlène**

**Université de Caen Normandie, NIMEC**

**charlene.lambert@unicaen.fr**

## **Résumé :**

---

*Objectifs de la recherche :* Cet article vise à comprendre le rôle joué par les traditions – individuelles, inter-individuelles, organisationnelles ou inter-organisationnelles – sur l'innovation d'acteurs qui y sont confrontés. Nous posons ainsi la question de recherche suivante : Comment les acteurs évoluant en milieu traditionnel peuvent-ils innover ? et, Comment les caractériser ? Notre objectif est d'aboutir à une typologie adaptable à tous les types de tradition et à tous les niveaux d'analyse. Cette typologie est envisagée dans une perspective dynamique et cherche à décrire des profils, mais tout en étant conscients que ceux-ci ne sont pas toujours statiques, et qu'ils sont issus de trajectoires que nous cherchons également à identifier. Ces profils visent à intéresser la communauté scientifique en management de l'innovation et en entrepreneuriat en proposant un état des lieux des travaux réalisés sur le sujet et des gaps théoriques qui pourraient profitablement être explorés. Ils intéresseront également les praticiens exerçant dans ces milieux et les institutions les régissant, en leur permettant de comprendre comment ils se positionnent et quels leviers ils pourraient développer pour s'engager dans de nouvelles trajectoires.

*Cadre théorique :* Le concept central mobilisé dans ce travail de recherche est celui de la tradition, issu des travaux en sciences de gestion portant sur l'artisanat, les entreprises familiales, les PME, l'agroalimentaire, le tourisme et les districts industriels. La tradition est généralement mobilisée en tant que contexte d'étude, plutôt que comme objet d'étude, et il apparaît encore plus rare qu'elle soit traitée comme un cadre théorique à part entière, comme nous le faisons dans le présent travail.

*Cadre méthodologique :* Ce travail est une recherche à caractère conceptuel qui s'appuie sur une revue de littérature systématique. Le choix de cette méthodologie se justifie par le besoin pour la recherche en innovation/entrepreneuriat d'avoir un regard global sur la recherche générée sur le sujet, depuis un peu moins de 20 ans, permettant d'éclairer les mécanismes d'innovation largement observés dans les contextes traditionnels.

*Principaux résultats :* Cette étude nous permet de décrire une typologie croisant innovation/entrepreneuriat et tradition qui met en évidence 4 profils principaux : (1) l'innovateur qui possède une orientation très entrepreneuriale et une culture d'innovation, (2) le syncrétiste qui devient innovateur en combinant les traditions de différentes origines, (3) le conservateur qui est attaché à la tradition porteuse de sens pour lui, et (4) le traditionniste qui utilise le passé en tant que ressource innovante dans le présent. De cette typologie principale découlent d'autres profils plus fins qui dépendent de la tradition dont les entrepreneurs sont issus, leur manière d'innover, et la trajectoire qu'ils décrivent. Un agenda de recherche permet de donner de nombreuses voies de recherche pour apporter des contributions dans la continuité de ces travaux.

**Mots-clés :** Innovation, Entrepreneuriat, Tradition

---

# **L'innovation en contexte traditionnel : une revue de littérature systématique**

## **INTRODUCTION**

L'entreprise traditionnelle est communément associée au conservatisme. La tradition représente en effet une forme de transmission du passé dans le présent (Shils 1981), et constitue indéniablement un élément du conservatisme. Du fait, d'une part, de la jeunesse de l'intérêt porté à la tradition en sciences de gestion – années 2000, et d'autre part, du présupposé fréquent que la tradition conduit au conservatisme ; les liens entre entrepreneuriat et tradition sont encore relativement méconnus. Des travaux récents ont pourtant démontré l'intérêt de la tradition pour nourrir l'innovation (Cannarella et Piccioni, 2011; De Massis et al., 2016; Messeni Petruzzelli et Albino, 2014), et comme véhicule de l'entrepreneuriat (Jaskiewicz, Combs, et Rau 2015).

Cet article vise à découvrir comment l'innovation est affectée par la persistance de traditions, et finalement, comprendre si cette tradition bride les actions entrepreneuriales telles que les innovations, comme cela est couramment admis (Asselineau 2010 ; Celhay et Cusin 2011). Notre objectif est de rassembler l'ensemble de ces travaux afin d'identifier une typologie adaptable à tout type de tradition et à tout niveau d'analyse. De plus, nous envisageons cette typologie dans une perspective dynamique. Nous cherchons à décrire des profils, mais tout en étant conscients que ceux-ci ne sont pas immuables, et qu'ils sont issus de trajectoires que nous chercherons également à identifier.

La méthodologie mise en œuvre pour aboutir à cette typologie relève d'une revue de littérature systématique. Dans une première partie, l'article définit le concept de tradition tel qu'il est envisagé dans cette recherche. Cette délimitation est, comme nous le verrons, un préalable nécessaire à la revue de littérature systématique. La deuxième partie est consacrée à la description et à la justification du processus méthodologique mis en œuvre. La troisième partie expose les résultats obtenus par notre revue systématique, qui seront discutés dans une dernière partie.

## 1. DÉFINITION DU CONCEPT DE TRADITION

La tradition est la transmission de choses du passé dans le présent. Ces choses sont des savoirs (De Massis et al. 2016; Hibbert et Huxham 2011), des pratiques (Dacin et Dacin 2008), des savoir-faire (Bréchet et al. 2009), des savoir-être (Zarca 1988), mais également des symboles, des artefacts, des croyances, etc. (Shils 1981). Deux transmissions à travers trois générations sont nécessaires pour parler de tradition (*ibid.*). Les traditions préservées au sein d'une entreprise peuvent provenir de la famille quand celle-ci est familiale (De Massis et al. 2016), du territoire (Marchesnay 2001), mais également de l'industrie (Messeni Petruzzelli, Rotolo, et Savino 2012) ou du métier, pour le cas de l'artisanat (Zarca 1988). Ainsi, les différents modes de transmission de la tradition évoqués par la littérature sont liés à des dimensions territoriale par la transmission par la proximité (Lanciano 2006) ; familiale par la transmission filiale (Dalpiaz, Tracey et Phillips 2014) ; ou artisanale par la transmission du maître à l'apprenti (Brillet et Hulin 2009).

Quel que soit le mode de transmission, la tradition ne transmet pas le passé dans son intégralité et un choix est opéré par la génération héritière : elle effectue un tri de ce qu'elle choisit de conserver. La transmission de la tradition n'est pas automatique, et elle est permise grâce à la force du message qu'elle véhicule qui est culturellement significatif pour les héritiers (Lenclud 1987). La tradition constitue également une interprétation du passé dans le présent, et non une réelle conservation du passé tel qu'il a été. Les traditions peuvent même être inventées plus ou moins délibérément pour répondre aux enjeux du monde contemporain (Hobsbawm 1995).

La vision qui opposait tradition et modernité a évolué ces dernières décennies, et nous considérons aujourd'hui que la tradition se compose d'éléments essentiels issus du passé, en combinaison avec d'autres éléments qui changent (Shils 1981), apportés de façon plus ou moins consciente au fil des générations. La tradition est un passé qui est mis à jour au cours des époques qu'elle traverse (Dumoulin et Simon 2008a), et « *doit sa longévité à son potentiel de changement, de réinterprétation et d'adaptation* » (Hibbert et Huxham 2011, pp. 7-8). Ainsi, la tradition n'est pas à confondre avec le conservatisme, qui préserve la tradition sans renouveler ou adapter. Finalement, la tradition originelle ne peut pas subsister car, soit elle meurt, soit elle est transmise et se reconstitue. Cette séquence de variations de l'objet passé est la tradition (Shils 1981), telle que nous l'abordons dans cette recherche.

Cela nous conduit à nous demander : **Comment les acteurs évoluant en milieu traditionnel peuvent-ils innover ? et, Comment les caractériser ?**

A partir de cette définition conceptuelle et de la formulation de nos questions de recherche, nous avons pu mettre en place la collecte de données adéquate.

## **2. MÉTHODOLOGIE**

La revue de littérature systématique se distingue des revues de littérature narratives par la transparence du processus de sélection et d'analyse des recherches académiques utilisées, ainsi que par son caractère exhaustif. Le processus de réalisation d'une revue de littérature systématique est précis et se compose de différentes étapes décrites en détail par le chercheur pour garantir la répliquabilité de l'étude (Tranfield et al. 2003).

Dans le cadre de notre recherche, nous tentons d'aboutir à une typologie des profils et des trajectoires à partir d'autres travaux de recherche en sciences de gestion, qu'ils soient théoriques ou empiriques. Des méthodes d'analyse statistiques sont souvent utilisées dans le cadre des revues systématiques et permettent de réaliser des méta-analyses ou recherches bibliométriques. L'objectif de notre recherche est de comprendre et décrire le cadre dans lequel les concepts étudiés ont été traités par des recherches antérieures et nous nous limitons à la description et à la synthèse de ce cadre conceptuel (Crossan et Apaydin 2010).

Nous nous proposons de décrire les étapes de réalisation de notre revue de littérature, mais également de justifier les choix réalisés pour chacune de ces étapes. Notre processus se compose de cinq étapes, constituées d'un échantillonnage des travaux de recherche à étudier (1 et 2), d'une collecte (3) et d'un filtrage (4) des données utiles pour l'analyse, ainsi que d'une analyse des extraits retenus (5).

### **ETAPE 1 : DÉFINIR LES MOTS-CLÉS EN ACCORD AVEC LA PROBLÉMATIQUE**

La première difficulté inhérente à notre problématique est que le terme « tradition » est d'emploi générique et flou (Dumoulin et Simon 2008a). « Traditionnellement » est employé comme synonyme d'« habituellement », voire même comme synonyme d'« anciennement ». Il a donc fallu que nous définissions des mots-clés à associer à la tradition afin de retrouver le terme sous sa forme conceptuelle, et donc pertinente dans le cadre de notre étude. Pour ce faire, nous avons réalisé un premier tour d'horizon de la définition du concept de tradition dans la littérature en sciences de gestion, que nous avons présenté dans la première partie de cette recherche. Nous avons ainsi sélectionné plusieurs mots que nous avons associés en dyade avec « tradition » : « transmission », « famille », « territoire » et « artisanat ».

Le second aspect de la problématique concerne l'innovation. La difficulté rencontrée avec ce terme est qu'il renvoie principalement à des travaux sur des contextes high-tech. L'innovation étant souvent considérée comme une composante de l'entrepreneuriat, plus largement étudié dans les contextes traditionnels, nous avons choisi d'associer « innovation » et « entrepreneuriat ».

Les mots-clés sont recherchés selon des associations. Dans ces associations, les mots sont écrits dans un ordre défini, avec une casse précise et des critères d'association permettant de distinguer les inclusions, les exclusions et/ou les réunions des différents mots associés. Dans notre cas, nous avons généré 4 associations de mots-clés<sup>1</sup>, que nous avons cherchées en langue anglaise et en langue française, ce qui nous a amenés à réaliser 8 recherches différentes d'associations de mots-clés.

## **ETAPE 2 : CIRCONSCRIRE L'ÉTENDUE DE LA RECHERCHE**

Les revues systématiques sont généralement circonscrites par des critères de qualité de revue (ranking), de nombre de citations des articles ou par la sélection d'un nombre très limité de revues reconnues dans une spécialité donnée. Dans notre cas, nous avons choisi de conserver toute l'étendue des revues de sciences de gestion – la seule limite étant que ces revues appartiennent au classement FNEGE 2016 – et ce, pour trois raisons.

Tout d'abord, le concept de tradition étant peu mobilisé, la quantité d'articles répertoriée reste traitable et analysable par un seul chercheur.

Ensuite, les origines du concept de tradition que nous mobilisons ici prennent racines lors du XVIII<sup>ème</sup> siècle en France dans la pensée des Lumières (Shils 1981). Ainsi, l'exploitation de la littérature française semble indispensable pour saisir la portée du concept, mais n'est possible que si le classement des revues n'est pas limitant, les revues françaises étant exceptionnellement présentes dans les classements des revues les mieux évaluées.

Enfin, nous avons rapidement compris que la tradition pouvait être mobilisée dans de nombreux champs de recherche (entreprises familiales, PME, études rurales, etc.). Or, une restriction des revues conduit à écarter certaines disciplines (ressources humaines, marketing, etc.), certains champs de recherche (réseaux, TIC, etc.), certains contextes (européens, américains, asiatiques, etc.) et certaines approches méthodologiques (étude de cas, ethnographie, etc.).

---

<sup>1</sup> Les associations utilisées sont (en français et en anglais) : tradition+transmission+entrepreneuriat+innovation ; tradition+famille+entrepreneuriat+innovation ; tradition+territoire+entrepreneuriat+innovation ; tradition+artisanat+entrepreneuriat+innovation.

### ETAPE 3 : SÉLECTION ET COLLECTE DES ARTICLES SELON LA PERTINENCE DU CONTEXTE D'EMPLOI DU TERME DE TRADITION

Les associations de mots-clés sont successivement utilisées pour réaliser des recherches dans Google Scholar. Ces recherches ont été réalisées en novembre et décembre 2017. Le choix de la recherche via Google Scholar se justifie par le fait que ce moteur de recherche répertorie les articles scientifiques qui contiennent les mots-clés recherchés dans le titre, dans le résumé et/ou dans le corps du texte de l'article, sans discrimination des éditeurs des revues scientifiques, à l'inverse des bases de données habituellement utilisées. De plus, dans ce moteur de recherche, le premier mot-clé recherché est systématiquement contextualisé, pour chaque article, dans un extrait de 3 lignes visible sur la page principale de la recherche. Nous avons largement utilisé cette contextualisation afin d'inclure ou exclure des articles dans notre sélection. A mesure de la sélection et du rejet des articles, nous avons pu établir une liste de termes reliés aux mots tradition(s)/traditionnel(les) qui permettaient de faire un choix objectif (Tableau 1.).

**Tableau 1 : Exemples de termes recherchés pour la sélection par le contexte du mot "tradition\*"**

Mots de sélection	Mots de rejet
Techniques / savoir-faire Ex. <i>Valoriser les savoir-faire traditionnels</i>	[Noms de pays ou de nationalité] Ex. <i>Est une tradition en Italie</i>
Industrie / [noms d'industrie] Ex. <i>Dans l'industrie traditionnelle du textile</i>	[Noms de penseurs ou courants de pensée] Ex. <i>Suivre la tradition Schumpétérienne</i>
Respect / Perpétuer Ex. <i>Perpétuer la tradition de l'entreprise</i>	[Noms de disciplines de recherche] Ex. <i>Inspiré des traditions sociologiques</i>
Poids / Libérer / Rompre Ex. <i>Rompre avec les traditions anciennes</i>	Recherche / pensée Ex. <i>Dans ces traditions de pensée</i>
Famille Ex. <i>Héritier d'une tradition familiale</i>	Intellectuelle Ex. <i>Dans cette tradition intellectuelle</i>

Contrairement à certaines recherches de ce type (Jones, Coviello et Tang 2011, Aliaga-Isla et Rialp 2013), les rares articles non disponibles en ligne (9) n'ont pas été exclus de notre collecte et ont pu être consultés dans leur version imprimée.

Cette première collecte d'articles nous a permis de sélectionner 317 articles, dont plus d'un tiers en français (122 articles, soit 38,5%). Nous assumons cette large part d'articles francophones puisque, comme nous l'avons précédemment exposé, le concept de tradition est un concept d'origine française.

#### **ETAPE 4 : FILTRAGE DES ARTICLES ET DES UNITÉS D'ANALYSE SELON LEUR PERTINENCE PAR RAPPORT À LA PROBLÉMATIQUE**

A partir des articles sélectionnés sur Google Scholar, téléchargés, et importés dans un logiciel d'analyse qualitative (NVIVO 11), nous avons lu l'ensemble des résumés afin de comprendre les objectifs de recherche, puis nous avons lu les parties des articles contenant les mots-clés recherchés. Cela nous a permis de confirmer ou d'infirmer la pertinence de sélection. Tous les articles qui définissent le concept de tradition ont ainsi été conservés pour notre analyse thématique, ainsi que tous les articles qui se référaient à l'une des trois traditions identifiées (familiale, de métier ou territoriale) et/ou qui traitaient d'un profil, d'une trajectoire ou d'une typologie associant l'innovation et la tradition.

A l'issue de ce tri, nous avons conservé 184 articles et avons abouti à un premier codage descriptif des extraits en lien avec le sujet. Nous avons codé chaque extrait indépendamment. Les extraits sont des unités d'analyse qui ont un format de paragraphe.

#### **ETAPE 5 : ANALYSE THÉMATIQUE DES EXTRAITS RETENUS**

Nous avons retravaillé notre analyse à partir des paragraphes précédemment extraits des articles sélectionnés en les recodant une seconde fois, mais, cette fois-ci, en les codant les uns par rapport aux autres afin de les mettre en lien et de découvrir des récurrences entre eux (Lincoln et Guba 1985). Ces codages successifs permettent d'acquérir un certain niveau d'abstraction, nécessaire pour générer des thèmes. Nous sommes parvenus à décrire tous nos codes dans les thèmes construits.

Nous n'avons recodé que les extraits qui permettaient de décrire des profils à l'interface entre innovation-entrepreneuriat et tradition. 148 extraits ont finalement été retenus, contenus dans 98 articles, présentés dans l'Annexe B. Ces extraits décrivent des typologies, à différents niveaux d'analyse (entrepreneur, entreprise, secteur, etc.), croisant innovation-entrepreneuriat et tradition. Certains articles ne sont retenus que pour les exemples empiriques qu'ils contiennent et qui permettent aussi d'enrichir notre propre typologie de profils et de trajectoires. Ainsi, les articles peuvent être utilisés pour leur contribution centrale ou pour un apport plus périphérique, mais également pour leur terrain d'étude qui relate des réalités observées et pouvant enrichir les modèles théoriques déjà développés.

### **3. RÉSULTATS**

L'analyse de nos données, présentée en synthèse en Annexe C., nous amène à décrire 8 profils d'acteurs, présents dans 3 méta-catégories : les innovateurs, les conservateurs et les traditiovateurs.

#### **3.1. LES PROFILS INNOVATEURS**

L'innovation dans un contexte traditionnel est plus ou moins volontaire : tandis que l'innovation est délibérée pour les acteurs possédant une culture d'innovation ou se rebellant, elle est souvent involontaire pour l'acteur syncrétiste.

##### **3.1.1. L'innovateur volontaire**

Le profil que nous nommons innovateur volontaire se rapporte à un profil produisant de l'innovation délibérément, dans un but stratégique, et qui entre dans une logique de proactivité face à la concurrence. Dans le cadre d'un milieu traditionnel, il peut s'agir de nouvelles entreprises qui ne sont pas soumises aux institutions en place et qui sont libres d'innover. L'innovateur volontaire d'installation, pour faire écho à la dénomination d'« artisan d'installation » (Paturel et Richomme-Huet 2007), est le profil du nouvel arrivant libéré des traditions installées. L'exemple d'Aimé Guibert, qui n'est pas viticulteur de formation mais qui s'implante comme viticulteur et crée un nouveau cru, est un exemple d'innovateur volontaire d'installation, nommé « entrepreneur entreprenant » (Marchesnay 2001 ; Marchesnay, Kammoun et Karray 2006). L'arrivée de nouvelles entreprises dans un secteur d'activité apporte de l'innovation, comme dans le cas de Sony ou Toshiba qui ont apporté l'imagerie numérique dans le secteur de l'imagerie photographique, rompant avec l'imagerie chimique traditionnelle maintenue par Kodak (Munir et Phillips 2005).

Mais l'innovateur volontaire peut aussi intégrer une logique d'innovation dans un milieu traditionnel, c'est-à-dire qu'il est capable de mettre de côté la tradition au profit d'une orientation entrepreneuriale. Cette orientation favorise la prise de risque, l'innovation et la proactivité, et permet de contrecarrer l'inertie de la tradition, notamment dans les entreprises familiales (Chirico et Nordqvist 2010). Ce profil proactif peut tout à fait évoluer dans un contexte de fortes traditions mais n'est pas pour autant sous son emprise. Cela l'amène, par exemple, à être le premier à adopter des innovations (Jaskiewicz, Combs et Rau 2014). Il s'agit d'acteurs capables de s'affranchir des normes sociales, tant locales que professionnelles, quand cela peut servir son intérêt. La petite entreprise (PE) entrepreneuriale

(Bargues 2013) est un exemple d'acteur innovateur volontaire à orientation entrepreneuriale qui se différencie en développant des marchés de niche.

### **3.1.2. L'innovateur apostate**

Il existe un profil qui décrit une trajectoire d'abandon de la tradition que nous désignons par innovateur apostate. L'apostasie correspond à la « *trahison, [au] reniement, [à l']abandon d'une doctrine, d'un parti, etc.* » (CNRTL). L'innovation, au sens large, correspondant à la perception d'un degré de nouveauté par les acteurs, l'abandon d'un référent constitue, dans cette acception, une innovation en lui-même.

L'innovateur apostate qui s'est libéré de l'emprise de la tradition correspond à la définition du « *successeur rebelle* » (Miller, Steier et Le Breton-Miller 2003). Dans l'entreprise familiale, cette apostasie se révèle à la succession de l'entreprise par une autre génération qui va éradiquer toute trace de tradition familiale. Ces successeurs visent délibérément à se démarquer de leurs prédécesseurs. Ils se libèrent ainsi des traditions familiales et peuvent développer leurs propres choix, leur propre identité, etc. (Berger-Douce et Deschamps 2012). Dans une tradition de métier, cette apostasie s'exprime à l'arrivée d'une nouvelle technologie. Par exemple, l'industrie traditionnelle de l'horlogerie suisse a abandonné son savoir-faire traditionnel au profit de la technologie à quartz développée par Swatch, moins chère et à la mode, pour survivre dans un contexte de mondialisation (Tajeddini et Mueller 2011).

### **3.1.3. L'innovateur syncrétiste**

Le syncrétisme correspond, en sociologie, au « *mélange, [à la] fusion d'éléments de plusieurs cultures ou de différents systèmes sociaux* » (CNRTL). La tradition s'inscrit dans un contexte, familial, territorial et/ou de métier, qui lui est propre et que nous nommons « *tradition indigène* ». Cela renvoie au fait d'être issu de la famille dont nous étudions la tradition, d'être originaire du territoire étudié, ou encore d'être du métier. Mais d'autres traditions, issues d'autres contextes, peuvent rencontrer ces traditions indigènes, et elles peuvent alors se mélanger, et, en ayant ou non l'intention, générer de l'innovation. Le mélange de traditions territoriales peut venir de l'extérieur vers la tradition indigène, ce qui conduit à un profil que nous nommons syncrétiste d'immigration. Par exemple, Duarte Alonso, Bressan et Sakellarios (2016) décrivent l'exemple d'un brasseur artisanal italien, immigré en Grande-Bretagne, qui intègre des saveurs italiennes à ses bières fabriquées selon les traditions locales. L'immigration importe des traditions étrangères aux traditions indigènes. Les nouvelles entreprises de terroir (NET) réalisent, par exemple, une synthèse entre le patrimoine local et

leurs racines historiques (Rastoin et Vissac-Charles 1999). De même, des traditions étrangères peuvent apparaître dans un contexte indigène par importation par les consommateurs qui co-crée le syncrétisme (Khaire 2011 ; Krasae-in 2017).

D'autres traditions sont délibérément recherchées par les détenteurs de la tradition indigène qui s'ouvrent alors vers l'extérieur pour aller à la rencontre de ces traditions étrangères. Nous nommons ces profils les syncrétistes curieux. Riot (2003) donne l'exemple de Coco Chanel, qui s'est inspirée de traditions d'autres arts (danse, musique, arts plastiques, etc.), et d'autres cultures comme celle de l'art russe. Messeni Petruzzelli et Savino (2015) suggèrent que la recombinaison d'éléments de traditions locales différentes est une bonne source d'innovation insuffisamment exploitée. Le voyage est également rapporté comme étant un moyen favorable à ce syncrétisme (Hindle et Lansdowne 2005; Zghal 2005).

Le mélange entre plusieurs traditions peut également s'opérer entre traditions de métier. Le profil de la petite entreprise (PE) entrepreneuriale profite particulièrement de ce mélange grâce à l'intégration de nouveaux salariés étrangers à l'entreprise (Bargues 2013) qui peuvent avoir une approche du métier différente, génératrice d'opportunités d'innovation. Celhay et Cusin (2011) préconisent notamment cette hybridation de métier par le salariat pour aider les acteurs du secteur du vin de Bordeaux à se décroiser de leur isomorphisme cognitif et stratégique. Finalement, la reconversion d'entrepreneurs d'un métier traditionnel à un autre métier traditionnel est un autre moyen d'aboutir à ce mélange de traditions (Asselineau 2010). A l'opposé de ces profils d'innovateurs se rencontrent les profils conservateurs, largement présents dans la littérature.

### **3.2. LES PROFILS CONSERVATEURS**

Le point commun des conservateurs est la volonté de ne pas dénaturer la tradition. Les différents profils décrits se distinguent avant tout par des trajectoires distinctes : le conservateur patrimonial conserve la tradition dont il est issu, c'est un profil statique ; le conservateur d'assimilation a acquis la tradition après coup ; et le conservateur de conservation est avant tout un conservateur qui cherche à l'être davantage.

#### **3.2.1. Le conservateur patrimonial**

Le sens courant donné à la tradition est la conservation. Dans de nombreux travaux, la tradition est une trame culturelle, une structure, qui contraint les acteurs dans leur conduite d'action et empêche l'innovation. Le profil de conservateur patrimonial correspond au profil d'entrepreneur PIC (pérennité, indépendance, croissance), qui possède une orientation

entrepreneuriale faible (Marchesnay, Kammoun et Karray 2006). Les petites entreprises (PE) « indépendantes-traditionnelles » appartiennent aussi à ce profil conservateur patrimonial (Bargues 2013). D'après Hall, Melin et Nordqvist (2001), ce profil se retrouve dans les entreprises familiales matures, qui ont perdu leur capacité entrepreneuriale après s'être développées et avoir atteint une certaine stabilité.

Etant le garant d'une tradition qui lui a été transmise, le conservateur patrimonial a la volonté de la pérenniser. Lorsque la logique de conservation ne tient pas compte des évolutions de l'environnement (El Azizi et al. 2014), il s'agit du « myope » (Picard 2006), profondément immobiliste, qui adopte des comportements stratégiques passifs. Par conformité avec la tradition, le conservateur patrimonial myope se focalise sur les savoir-faire dont il a hérité et les perpétue à l'identique. C'est le cas, par exemple, des artisans traditionnels de succession (Paturel et Richomme-Huet 2007). Dans ce contexte, tout ce qui apparaît comme non conventionnel à ces traditions (idées, entreprises, etc.) ne peut avoir d'existence et se développer (Venkataraman 2004). Dans ce profil, innover peut relever de l'extravagance (Frank et Jaillot 2015), voire de l'irrespect (Cahn 2008). Ces conservateurs myopes sont contraints, dans les entreprises familiales, par la tradition provenant d'une figure d'autorité (Roessl, Fink et Kraus 2010), souvent celle du père (Bikai et Onana 2005 ; Schillaci, Romano et Nicotra 2013 ; Siu et Martin 1992 ; Torrès 2004). Ils peuvent également être contraints par des traditions provenant d'une dépendance de sentier dans le champ des savoir-faire familiaux (Habbershon et Pistrui 2002), artisanaux (Bréchet, Journée-Michel et Schieb-Bienfait 2008 ; Laperche et Uzunidis 2011 ; Schieb-Bienfait et Journée-Michel 2008) ou locaux (Laperche et Uzunidis 2011 ; Lanciano-Morandatt et Nohara 2003). Mais, lorsque le conservateur a conscience des évolutions de l'environnement et que le patrimoine est un atout central dans son activité, la conservation patrimoniale devient volontaire. Le succès de certaines entreprises semble dépendre de la conservation intacte du patrimoine qui contribue au succès de certains métiers, comme ceux de l'artisanat (Paige 2009) ou de la distribution de produits de terroir (Bousquet, Barbat et Verstraete 2016), et qui est attractif touristiquement (Frank et Jaillot 2015 ; Radauer et Streicher 2007). Dans ce cas, l'innovation relèverait d'une erreur stratégique (Dumoulin et Simon 2008b ; Reynaud et Simon 2004). Ces conservateurs valorisent une image patrimoniale auprès des consommateurs. La tradition est, dans ce cas, une ressource distinctive et inimitable dont la culture du secret permet la protection, comme

chez les parfumeurs de Grasse qui gardent leurs recettes précieusement depuis des temps immémoriaux (Mendez et Mercier 2006).

Enfin, tous les conservateurs patrimoniaux ne sont pas aussi statiques. Ils ne sont, certes, pas proactifs, mais ils peuvent toutefois être innovants. L'innovation dans l'entreprise conservatrice se traduit par une adoption tardive de technologies. Même s'ils sont suiveurs, ils sont toutefois capables de s'adapter. Lagarde (2006) décrit l'entrepreneur suiveur comme un entrepreneur préférant des modes d'action conformes aux traditions, mais qui est capable, sous une contrainte mettant en péril la survie de son activité, de les transgresser. Ce profil conservateur suiveur décrit un profil attentiste qui est capable de réagir et s'adapter à un environnement bouleversé très contraignant (Bréchet, Journé-Michel et Schieb-Bienfait 2008), mais en dernier recours et afin d'assurer sa survie.

Un autre aspect caractéristique de l'innovation dans un profil de conservation patrimoniale est la routine. Le travail de l'artisan est qualifié de travail de routine car il utilise, au quotidien, les mêmes savoir-faire pour réaliser les mêmes produits. (Nelson et al. 2017 ; Saheed 2013). La routine est parfois perçue comme rigide (Celhay et Cusin 2011), mais elle est reproduite au quotidien et est en perpétuelle quête de perfectionnement : elle évolue de manière incrémentale jour après jour (Boldrini, Journé-Michel et Chené 2011 ; Prigent 2016). De plus, lorsque les activités routinières sont bien maîtrisées, l'acteur routinier peut développer des conceptions sur-mesure s'adaptant aux besoins de ses clients (Bréchet, Journé-Michel et Schieb-Bienfait 2008).

Enfin, une tradition peut être entrepreneuriale et sa préservation conduit à la fois à être conservateur et entrepreneurial. Dans les familles traditionnelles de marchands et d'artisans de Kyoto, les *Shinise*, l'esprit entrepreneurial est une composante centrale de leur tradition (Kamei, Shinato et Dana 2017). Certaines entreprises familiales transmettent un héritage entrepreneurial qui se perpétue à travers les générations (Jaskiewicz, Combs et Rau 2014).

### **3.2.2. Le conservateur d'assimilation**

Le conservateur d'assimilation n'est pas indigène à la tradition, il y a assimilation suite à sa reconversion dans un métier traditionnel, une immigration, la reprise d'une entreprise familiale dont il ne possède pas de filiation, etc. L'assimilation désigne la disparition totale de la culture d'origine vers une intériorisation de la tradition d'accueil, ce qui le distingue du syncrétiste qui opère un mélange de cultures. Dans le cas présent, l'assimilation a lieu lorsque l'acteur n'a pas d'attachement à des traditions préalables. Il s'agit d'entrepreneurs débutants

(Picard 2006) ou de nouvelles entreprises (Fonrouge, Reboud et Vigneron, 2013). Dans le cas des débutants, il s'agit de jeunes professionnels qui ont appris le métier sur le terrain, souvent par la voie de l'apprentissage. Ils accueillent ainsi la tradition qui leur est transmise et la conservent. Dans le cas des nouvelles entreprises, Fonrouge, Reboud et Vigneron (2013) donnent l'exemple de l'introduction de nouvelles entreprises sur le marché du luxe, qui doivent assimiler des gestes, c'est-à-dire des savoir-faire traditionnels incarnés difficilement transmissibles, et dont la protection fait l'objet d'un réel enjeu.

### **3.2.3. Le conservateur de renforcement**

Le conservateur de renforcement est un acteur qui détient des traditions qu'il exploite, mais qui explore également dans son passé pour redécouvrir des traditions oubliées, afin d'être encore plus traditionnel. En arrivant à la tête de la biscuiterie Fossier, M. de Fougeroux a recherché des recettes anciennes comme celle du pain d'épices pour en relancer la production (d'Andria et Boussaguet 2013). De même, l'exemple d'Henry, qualifié d'« artisan d'élite » par Jourdain (2016), montre ce renforcement possible des traditions déjà en place. En reprenant l'entreprise familiale de tapissier à la suite de son père, cet artisan a décidé de donner une orientation encore plus traditionnelle à l'entreprise en se concentrant sur le marché de niche de la restauration pour les musées et les châteaux.

## **3.3. LES PROFILS TRADITIOVATEURS**

Le terme de *traditiovation* a été introduit et défini par Cannarella et Piccioni (2011) : « *Nous définissons les Traditiovations comme des pratiques et des techniques dérivant de connaissances historiques ou traditionnelles passées ou des pratiques et des techniques réinventées, néanmoins, liées à un savoir traditionnel. Celles-ci montrent, grâce aussi au support de la science et de la recherche, une aptitude à fonctionner comme une innovation, en dépit de leur apparence obsolète et de leur aspect périmé, dans la production et le management* ». Nous définissons ce concept plus généralement comme étant une innovation qui contient une part de tradition, qu'elle soit exploitée ou explorée par l'entreprise, et qui donne un aspect traditionnel, global ou partiel, à cette innovation.

### **3.3.1. Le traditiovateur de libéralisation : un conservateur libéralisé**

Les profils conservateurs peuvent s'ouvrir à l'innovation et se libérer de l'emprise autoritaire de la tradition, sans pour autant la trahir.

Il peut s'agir, tout d'abord, d'intégrer des innovations se mettant au service de cette tradition : nous appelons ce profil le conservateur marketeur car les innovations qui servent la tradition

s'inscrivent dans le champ du marketing. Certains labels sont bien établis dans les milieux traditionnels, comme l'AOC par exemple, mais d'autres sont innovants dans certaines régions ou certains secteurs : développement d'une marque territoriale (Féréol 2015 ; Leroux 2015), adoption précoce d'une norme qualité (Ceccaldi 2016), etc. Un autre moyen permettant de valoriser le produit traditionnel auprès des consommateurs est l'adoption de canaux de distribution innovants, comme le commerce en ligne (Wood 2004). Enfin, certains traditionneurs conservent leurs traditions mais changent leur positionnement marketing, notamment vers le produit de luxe (Metaxas et Karagiannis 2016).

Si la tradition n'est plus vue comme une structure qui rigidifie mais comme une ressource soumise à l'agence des acteurs, elle peut devenir un moteur pour innover (Ben Mahmoud-Jouini et Mignon 2009). Certains acteurs ont la capacité à tirer parti de leur tradition pour développer de nouveaux produits (De Massis et al. 2016). La tradition est ainsi vue comme une ressource interne à exploiter, de sorte que les secteurs matures, en déclin, peuvent s'appuyer sur leurs traditions pour se régénérer en créant de nouvelles tendances (Hospers, Desrochers et Sautet 2009). Une stratégie qui couple à la fois une exploitation des savoir-faire existants et une exploration de champs nouveaux s'appelle l'ambidextrie. L'ambidextrie serait, selon Celhay et Cusin (2011), le profil idéal des entreprises des secteurs traditionnels. Les entreprises familiales pérennes et innovantes utilisent particulièrement cette stratégie (Ben Mahmoud-Jouini et Mignon 2016). Cela se traduit, soit par une combinaison, soit par une accumulation de traditions et d'innovations.

L'innovation peut venir de la combinaison de matériaux traditionnels et de matériaux innovants (Germain, Cadieux et Denis 2009), de l'adoption de processus innovants de conception, de fabrication et/ou de commercialisation pour des produits traditionnels (Ceccaldi 2016 ; Fillis 2004 ; Hafsi et Hu 2016 ; Hospers, Desrochers et Sautet 2009), de la combinaison de méthodes traditionnelles et de méthodes innovantes de fabrication (Thomas, Painbéni et Barton 2013), en intégrant des designs innovants à des produits traditionnels (McAuley et Fillis 2005), en créant un produit innovant dans la philosophie traditionnelle (Hafsi et Hu, 2016).

Outre la combinaison, la tradition peut provenir de l'accumulation de ressources innovantes et traditionnelles que le conservateur libéralisé ne va pas pour autant associer. Au fil des transmissions, les connaissances, les savoir-faire, les innovations, etc., viennent s'accumuler aux côtés de la tradition. Dans le secteur de la restauration, Prigent (2016) donne

l'exemple de restaurateurs qui proposent des menus innovants tout en conservant des menus qui reposent sur la tradition du métier. Cela leur permet de toucher autant une clientèle de prestige qu'un public plus modeste, du quotidien. Robic (2007) parle d'encastrement pour décrire cette capacité de concilier tradition et innovation en fonction des circonstances.

### **3.3.2. Le traditiovateur de traditionalisation : un innovateur traditionalisé**

Pour l'innovateur traditionnalisé, l'innovation consiste à faire « marche arrière » sur certains aspects, tout en gardant certains progrès techniques bénéfiques (Bréchet et al. 2009). Dans certains métiers, des savoirs et des savoir-faire peuvent être redécouverts (Schieb-Bienfait et Journé-Michel 2008) pour être revisités à la lumière de nouvelles interprétations et d'un socle scientifique enrichi (Cannarella et Piccioni 2011). Par exemple, les anciennes techniques vigneronnes des régions étrusques du centre de l'Italie ont été réintroduites avec une nouvelle interprétation via l'agriculture biologique (*ibid.*). Le modèle ITT (Innovation Through Tradition) de De Massis et al. (2011) correspond à l'émergence de ce profil de traditiovateur. Ce modèle décrit le processus par lequel les entreprises peuvent accéder à des connaissances traditionnelles pour innover, par leur intériorisation et leur réinterprétation.

Les nouveaux acteurs semblent pouvoir remplir ce profil plus aisément que les acteurs déjà installés. En effet, n'étant pas autant bridés par la tradition que les acteurs installés, ils peuvent innover plus facilement (Hsueh et Tu, 2004). Pour autant, ils peuvent découvrir et employer la tradition comme une ressource au service de l'innovation. Nous nommons cette appropriation la « traditionalisation ». La reprise par de nouveaux entrepreneurs du cognac Comandon, sans activité depuis plus d'une vingtaine d'années, a été à l'origine d'une réappropriation des traditions de la marque, mais tout en adoptant une stratégie marketing innovante, comme le sponsoring de stars de la musique (rap, DJ, etc.) dans le but de viser une nouvelle clientèle (Fonrouge, Reboud et Vigneron, 2013). En tirant parti de la tradition, il est possible de redécouvrir des savoirs distinctifs dont l'adaptation au marché actuel permet de développer de l'innovation (De Massis et al. 2016).

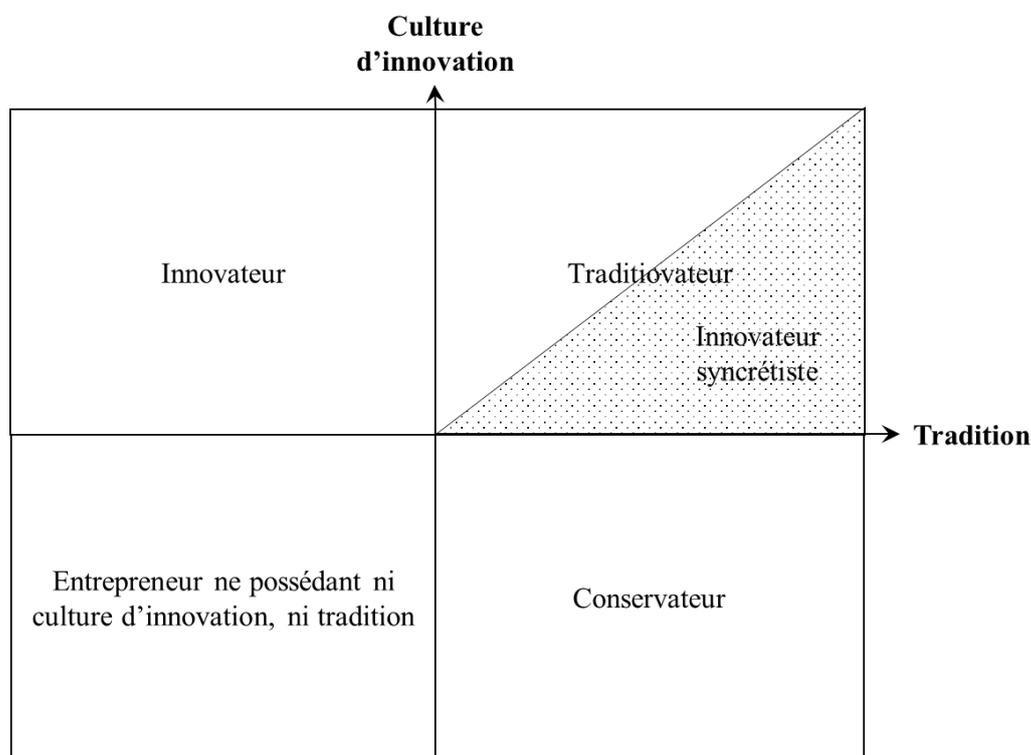
## **4. DISCUSSION CONCLUSIVE**

Après avoir exposé une synthèse de nos résultats, nous décrirons les apports de la recherche d'un point de vue théorique et pratique, puis nous exposerons les limites de notre recherche et les gaps théoriques que notre étude a permis de détecter.

#### 4.1. SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

Notre travail de recherche a permis de mettre en évidence quatre profils principaux d'acteurs en milieu traditionnel : (1) l'innovateur qui possède une orientation très entrepreneuriale et une culture d'innovation, (2) le syncrétiste qui devient innovateur en combinant les traditions de différentes origines, (3) le conservateur qui est attaché à la tradition porteuse de sens pour lui, et (4) le traditiovateur qui utilise le passé en tant que ressource innovante dans le présent. Ces profils dépendent du rapport entre tradition et culture d'innovation dans la conception de l'entrepreneur. Certains profils possèdent une culture exclusive – conservateur et innovateur – tandis que d'autres possèdent une culture combinée – traditiovateur et syncrétiste.

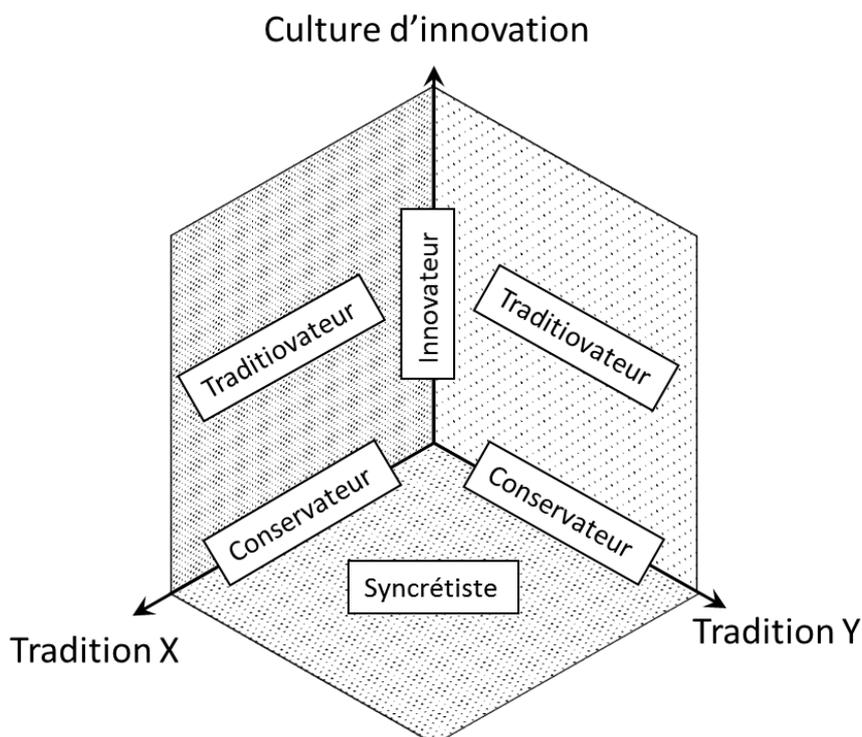
**Figure 1 : Présentation des quatre profils d'entrepreneurs en contexte traditionnel selon, leur attachement culturel**



Nous proposons, à travers la figure 2 ci-dessus., une typologie classique qui présente néanmoins l'inconvénient de ne pas traduire la concomitance existante entre plusieurs traditions (Shils, 1981), et qui fait émerger un type d'entrepreneur que la littérature n'aborde pas – les entrepreneurs ne possédant ni culture d'innovation, ni traditions, dans la stratégie de

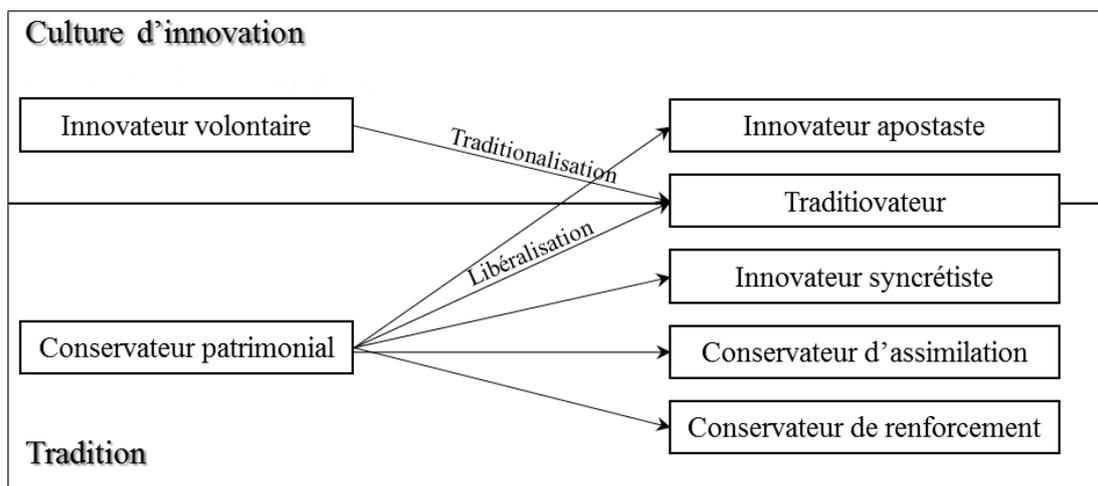
leur entreprise. Ainsi, la figure 3. présente une modélisation tridimensionnelle, mettant en exergue les 4 principaux profils d'entrepreneurs et prenant en compte la concomitance de traditions.

**Figure 2 : Représentation tridimensionnelle des profils d'entrepreneurs en contexte traditionnel selon leur attachement culturel**



Dans cette dernière représentation, certains profils se retrouvent à plusieurs reprises. En effet, notre travail a également permis de raffiner cette typologie relativement grossière en prenant en compte les dynamiques possibles des entrepreneurs. En effet, les quatre profils proposés ne sont en réalité pas totalement homogènes, et nous avons identifié des variantes au sein de ces profils. Ainsi, il existe plusieurs types d'entrepreneurs conservateurs et traditionovateurs par exemple. Ces différences sont présentées dans la figure 4. ci-dessous.

**Figure 3 : Trajectoires possibles des entrepreneurs entre différents profils**



Cela nous amène finalement à considérer 8 profils d'entrepreneurs présents en contexte traditionnel, selon leur culture d'attachement et leur trajectoire : (1) l'innovateur volontaire qui possède une orientation très entrepreneuriale et une culture d'innovation « innée », (2) l'innovateur apostate qui est devenu innovateur par abandon de sa tradition, (3) l'innovateur syncrétiste qui devient innovateur en combinant les traditions de différentes origines, (4) le conservateur patrimonial qui est attaché à sa tradition d'origine et la conserve fidèlement, (5) le conservateur d'assimilation qui est devenu conservateur après l'acquisition d'une tradition, (6) le conservateur de renforcement qui renforce la conservation de la tradition par rapport à ses prédécesseurs, (7) le traditiovateur de traditionalisation qui est un innovateur qui découvre et utilise une tradition comme une source d'innovation, et (8) le traditiovateur de libéralisation qui exploite sa propre tradition tout en innovant.

Finalement, chacun de ces types peut également être décrit en fonction de certaines caractéristiques inhérentes à l'innovation des entrepreneurs (spécificités contextuelles, nature de l'innovation, etc.) comme en témoigne le tableau 2. ci-dessous.

**Tableau 2 : Caractérisation des profils selon les caractéristiques de l'innovation**

<b>Types d'entrepreneurs</b>	<b>Précisions liées à l'innovation de l'entrepreneur</b>	<b>Exemples de littérature associée</b>
Conservateur patrimonial	Statique (myope ou volontaire) Dynamique (suiveur, routinier, tradition entrepreneuriale)	Mendez et Mercier 2006, Picard 2006 Bréchet et al. 2008, Lagarde 2006
Conservateur de renforcement		d'Andria et Boussaguet 2013, Jourdain 2016
Conservateur d'assimilation		Fonrouge, Reboud et Vigneron, 2013, Picard 2006
Traditionnateur de libéralisation	Marketeur Ambidextre	Féréol 2015, Leroux 2015, Wood 2004 Ben Mahmoud-Jouini et Mignon 2016, Celhay et Cusin 2011
Traditionnateur de traditionalisation		Cannarella et Piccioni 2011, De Massis et al. 2011
Innovateur volontaire	D'installation Orientation entrepreneuriale	Marchesnay 2001, Munir et Phillips 2005 Bargues 2013, Chirico et Nordqvist 2010, Jaskiewicz, Combs et Rau 2014
Innovateur apostate		Berger-Douce et Deschamps 2012, Miller et al. 2003
Innovateur syncrétiste	D'immigration Curieux	Duarte Alonso et al. 2016 Hindle et Lansdowne 2005, Messeni Petruzzelli et Savino 2015, Riot 2003

Finalement, ce travail nous permet de mettre en évidence l'absence de déterminisme sur la caractérisation de l'entrepreneur en contexte de tradition : un acteur inscrit dans un milieu

traditionnel peut ne pas être conservateur comme cela est souvent avancé. Nos résultats permettent également de nous extraire d'une vision essentialiste qui consisterait à inscrire chaque acteur dans une typologie statique.

#### **4.2. APPORTS DE LA RECHERCHE**

Comme certains auteurs (De Massis et al. 2016 ; Dumoulin et Simon 2008a ; Miller, Steier et Le Breton-Miller 2003), nous réaffirmons l'absence de déterminisme de l'innovation face à la tradition : tout acteur traditionnel n'est pas « obligé » d'être conservateur comme le laissaient entendre Celhay et Cusin (2011) dans le secteur des vins bordelais : « *Il est difficile de recenser des cas de marques bordelaises innovantes qui aient obtenu un véritable succès. [Cela] amène parfois les professionnels interrogés à conclure hâtivement que toute tentative d'innovation est vouée à l'échec et qu'une entreprise doit "se recentrer sur ses bases", c'est-à-dire continuer à exploiter son savoir-faire traditionnel* » ( : 46).

Notre travail, grâce à la constitution d'une typologie, permet d'avoir une vision plus fine d'acteurs souvent vus comme homogènes. La tradition n'est que rarement utilisée comme concept en sciences de gestion et est employée dans un sens commun (Dumoulin et Simon 2008a). Ainsi, derrière le terme d'acteur traditionnel, qui peut sembler précis et univoque, se cache, dans la littérature, un ensemble de profils bien différents que nous avons tentés de distinguer et de présenter. L'acteur traditionnel peut désigner des acteurs en milieu traditionnel (Celhay et Cusin 2011), des acteurs conservateurs (Avlonitis et Salavou 2007), ou des acteurs qui emploient la tradition comme une ressource stratégique (De Massis et al., 2016). Ainsi, nous avons croisé l'innovation, dans le sens entrepreneurial du terme, dans des contextes traditionnels familial, de métier et territorial, et avons obtenu huit profils d'entrepreneurs différents –innovateur volontaire, apostate et syncrétiste ; traditionnisateur de traditionalisation et de libéralisation ; conservateur patrimonial, d'assimilation et de renforcement– que les différents travaux de recherche ont tendance à englober sous la même terminologie d' « acteur traditionnel ». Ce travail a des implications pratiques. La typologie décrite permet à l'acteur travaillant en contexte traditionnel de se situer dans son milieu par rapport à sa concurrence, et de repenser ou réaffirmer son identité face à la tradition et l'innovation. Cette clarification de l'identité peut avoir des applications dans le management du personnel, pour justifier les usages de pratiques traditionnelles ou non-traditionnelles ou justifier des changements, mais également pour la stratégie marketing de l'entreprise, afin de

défendre les choix, plus ou moins traditionnels, et de se distinguer sur son marché. Pour les institutions, cette typologie peut être utilisée comme les prémices d'une segmentation de professionnels ou de territoires, permettant d'adapter les campagnes d'information ou les actions, afin qu'elles soient les plus appropriées possibles. Ces institutions peuvent être publiques ou privées, et peuvent proposer des qualifications, des formations, des subventions, des guides d'information, etc., en fonction d'objectifs que l'Etat, les communautés locales, le secteur d'activité, etc. ont prédéfini : préserver, innover, survivre, se renouveler, se développer, etc.

#### **4.3. LIMITES ET AGENDA DE RECHERCHE**

Nous mettons en évidence les limites de notre recherche ainsi que les gaps théoriques émergeant du corpus étudié. Un agenda de recherche (Annexe D.) est finalement exposé.

##### **4.3.1. Sources de la tradition**

Notre travail de recherche s'inscrit dans la continuité des travaux qui font émerger une typologie au croisement de l'innovation et de la tradition, et/ou qui en étudient les trajectoires. Le postulat de notre typologie est que les acteurs de toute tradition et de tout niveau d'analyse suivent les mêmes trajectoires et occupent les mêmes profils. Certains éléments manquent pour pouvoir garantir une telle transférabilité, et, en premier lieu, par rapport aux sources de tradition. Alors que des typologies existent pour décrire des profils et/ou des trajectoires en tradition familiale (Miller, Steier et Le Breton-Miller 2003) ou en tradition de métier (Bréchet, Journé-Michel et Schieb-Bienfait 2008), elles semblent inexistantes en tradition territoriale.

Si nous nous intéressons de plus près au profil syncrétiste, qui mélange des traditions, nous n'avons répertorié que des travaux qui mélangeaient des traditions territoriales (par exemple, Duarte Alonso, Bressan et Sakellarios 2016) ou de métier (par exemple, Bargues 2013). Des travaux manquent pour éclairer ce phénomène au niveau des traditions familiales. Cela ne signifie pas que ce profil n'existe pas, mais qu'il n'a pas forcément été étudié, ou que notre méthodologie de recherche n'a pas permis d'y parvenir. Il serait alors intéressant d'approfondir cet aspect.

Nous avons récolté, par ailleurs, certains travaux traitant de dyades de tradition. Ces travaux n'étaient pas rares (34 articles sur l'ensemble des 98 articles étudiés), pourtant, aucun ne semble avoir mis en évidence cette tradition multiple, comme le suggéraient déjà De Massis et al. (2016) en conseillant d'étudier les relations mutuelles entre les traditions de l'entreprise familiale et celles du territoire.

Enfin, nous nous sommes limités, au début de notre collecte d'articles et au moyen des mots-clés utilisés, à trois types de tradition : familiale, de métier et territoriale. Cela conduit au biais indéniable de ne pas repérer des articles qui auraient traité d'autres traditions. Par exemple, nous pouvons nous interroger sur la place que joue la tradition religieuse, présente dans certains travaux que nous avons rencontrés mais rejetés lors de notre processus de filtrage, ne traitant pas réellement du concept de tradition ou ne présentant pas de profils d'acteurs.

**Gap Théorique 1.** Etudier les profils à l'intersection entre innovation et tradition dans le cas des traditions territoriales.

**Gap Théorique 2.** S'intéresser au syncrétisme familial.

**Gap Théorique 3.** Etudier l'effet des traditions sur l'innovation par dyades.

**Gap Théorique 4.** Reconsidérer le rôle de la tradition religieuse sur l'innovation.

#### **4.3.2. Niveaux d'analyse**

Comme nous l'avons déjà évoqué, notre typologie part du principe que ce qui s'observe à un niveau d'analyse est transférable à n'importe quel autre, ce qui représente l'une des principales limites de notre typologie. Il serait particulièrement intéressant de clarifier cet aspect en procédant à la comparaison des profils qu'offre chaque niveau d'analyse en identifiant des profils qui ne seraient propres qu'à un niveau d'analyse, comme celui de l'apostate qui ne semble s'observer qu'à un niveau individuel, et ceux qui peuvent être décrits à tous les niveaux d'analyse, à l'image du conservateur patrimonial que nous avons repéré partout.

**Gap Théorique 5.** Clarifier et distinguer les profils génériques à tous les niveaux d'analyse et les profils spécifiques à certains.

#### **4.3.3. Profils d'innovation**

Une limite importante de notre typologie réside dans le fait qu'elle n'ait été construite qu'à partir de la littérature. Ainsi, bien que la plupart des travaux analysés soient des travaux qui s'appuient sur un terrain d'étude empirique, rien ne garantit la qualité ou l'exhaustivité empirique des types décrits. Une orientation plus empirique serait nécessaire pour permettre d'approfondir certains profils peu présents dans la littérature étudiée, à l'image du traditionniste apostate ou du conservateur de renforcement, qui ne se retrouvent, réciproquement, que dans un seul type de tradition et dans un seul niveau d'analyse.

**Gap Théorique 6.** Etendre la connaissance des profils apostates en dehors du contexte de tradition familiale

**Gap Théorique 7.** Explorer le profil de conservateur de renforcement en dehors du niveau d'analyse individuel de l'entrepreneur.

#### **4.3.4. Facteurs contextuels**

Le travail de Lagarde (2006) sur l'entrepreneuriat agricole pose la question de l'importance de la ruralité dans la force des traditions. Cet aspect comparatif entre ruralité et urbanité dans le rapport entre tradition et innovation semble absent de la littérature et pourrait profitablement être exploré.

Un autre facteur contextuel qui nous semble pertinent à approfondir est lié aux différences culturelles nationales. Dans les travaux français, la tradition semble être une trame culturelle, parfois contraignante, avec laquelle il faut composer pour entreprendre et innover (voir, par exemple, Celhay et Cusin 2011; Dumoulin et Simon 2008a). D'un autre côté, les auteurs de culture italienne envisagent la tradition comme une ressource qui est consciemment utilisée (voir, par exemple, De Massis et al., 2016; Messeni Petruzzelli et Savino, 2014). Dans ce travail, nous avons eu l'ambition de croiser ces deux représentations qui contribuent au débat entre structure et agence : la tradition peut autant constituer une structure conditionnant le comportement des acteurs, qu'être sujette à l'agence de ces mêmes acteurs pour parvenir à leurs fins. D'autre part, les contextes d'étude retrouvés dans la littérature étaient principalement français (d'Andria et Boussaguet 2013 ; Thomas, Painbéni et Barton 2013 ; Torrès 2004 ; etc.) et italiens (Cannarella et Piccioni 2011 ; Lanciano 2006 ; Messeni Petruzzelli et Savino 2015 ; etc.), comme nous venons de le souligner, mais également issus d'autres pays d'Europe (par exemple, Tajeddini et Mueller 2012), d'Afrique (Bikai et Onana 2005 ; Saheed 2013 ; Zghal 2005 ; etc.), et d'Asie (Hafsi et Hu 2016 ; Kamei, Shinato et Dana 2017 ; Krasae-in 2017 ; Siu et Martin 1992 ; etc.). Aucune étude ne semble s'être intéressée aux traditions dans des contextes américains. Ces deux remarques mettent le doigt sur l'importance du caractère national du rôle joué par la tradition et il serait intéressant que cela soit étudié.

**Gap Théorique 8.** Comparer l'effet de la ruralité et de l'urbanité sur ces profils.

**Gap Théorique 9.** Croiser l'étude des traditions familiales, de métier et territoriales avec l'effet de culture nationale.

## Références

*Les références précédées de (\*) sont issues de la revue systématique.*

- Aliaga-Isla, R., et Rialp, A. (2013). Systematic review of immigrant entrepreneurship literature: previous findings and ways forward. *Entrepreneurship et Regional Development*, 25(9-10), 819-844.
- \*Asselineau, A. (2010). Quand un «cas d'école» d'innovation stratégique est un échec... *Revue Française de Gestion*, (4), 71-83.
- Avlonitis G.J. et Salavou H.E. (2007). Entrepreneurial orientation of SMEs, product innovativeness, and performance. *Journal of Business Research*, 60(5), 566-575.
- \*Bargues, É. (2013). Les pratiques de socialisation des petites entreprises françaises: une approche configurationnelle. *Revue internationale PME*, 26(3-4), 63-88.
- \*Ben Mahmoud-Jouini, S. B., et Mignon, S. (2016). L'ambidextrie des entreprises familiales: comment concilier orientation entrepreneuriale et stratégie de pérennité ?. *Finance Contrôle Stratégie*, (19-1).
- \*Ben Mahmoud-Jouini, S., et Mignon, S. (2009). Entrepreneuriat familial et stratégies de pérennité: contribution au concept d'innovation prudentielle. *Management international/International Management/Gestión Internacional*, 14(1), 25-41.
- \*Berger-Douce, S., et Deschamps, B. (2012). La RSE en PME, un facteur de développement stratégique après une succession familiale ? *Journal of Small Business et Entrepreneurship*, 25(1), 75-91.
- \*Bikai F., et Onana F.X. (2005). Stratégies de survie des artisans-tailleurs de Douala. *Gestion 2000*, 22(6).
- \*Boldrini, J. C., Journé-Michel, H., et Chéné, E. (2011). L'innovation des entreprises artisanales. *Revue Française de Gestion*, (4), 25-41.
- \*Bousquet, F., Barbat, V., et Verstraete, T. (2016). Influence des préférences de l'entrepreneur sur la dynamique de l'ancrage territorial. *Gestion 2000*, 33(2), 53-74.
- \*Bréchet, J. P., Journé-Michel, H., et Schieb-Bienfait, N. (2008). Figures de la conception et de l'innovation dans l'artisanat1. *Revue internationale PME*, 21(2), 43-73.
- Bréchet, J.-P., Boldrini, J.-C., Charles-Pauvers, B., Chéné, E., Journé-Michel, H., Schieb-Bienfait, N., ... Contant, O. (2009). Processus et trajectoires d'innovation. In *Traité de l'artisanat et de la petite entreprise* (p. 433-438). Educaweb.
- Brillet, F., & Hulin, A. (2009). La vision prospective à l'épreuve de la tradition: le devenir des métiers des compagnons du devoir. *Management et Avenir*, (5), 354-370.
- \*Cahn, M. (2008). Indigenous entrepreneurship, culture and micro-enterprise in the Pacific Islands: case studies from Samoa. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(1), 1-18.
- \*Cannarella, C., et Piccioni, V. (2011). Traditiovations: Creating innovation from the past and antique techniques for rural areas. *Technovation*, (31), 689-699.
- \*Ceccaldi, V. (2016). L'émergence d'une stratégie d'innovation pérenne en très petite entreprise (TPE): retour sur expérience d'une petite cave coopérative vinicole. *Innovations*, (2), 143-162.
- \*Celhay, F., et Cusin, J. (2011). Comment innover dans une organisation prisonnière de la tradition et de son succès et faisant face à un environnement réfractaire à la nouveauté? Le cas des vins de Bordeaux. *Gestion*, 36(4), 44-53.
- \*Chirico, F., et Nordqvist, M. (2010). Dynamic capabilities and trans-generational value creation in family firms: The role of organizational culture. *International Small Business Journal*, 28(5), 487-504.
- Crossan, M. M., et Apydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154-1191.
- \*D'Andria, A., et Boussaguet, S. (2013). Le redressement de la Maison Fossier, un éclairage par le capital humain. *RIMHE: Revue Interdisciplinaire Management, Homme et Entreprise*, (3), 25-42.
- Dacin, M.T. et Dacin P.A. (2008). Traditions as institutionalized practice: implications for de-institutionalization. In R. Greenwood, C. Oliver, K. Sahlin, et R. Suddaby, *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism* (p. 327-352). London: Sage.
- \* Dalpiaz, E., Tracey, P., et Phillips, N. (2014). Succession narratives in family business: The case of Alessi. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(6), 1375-1394.

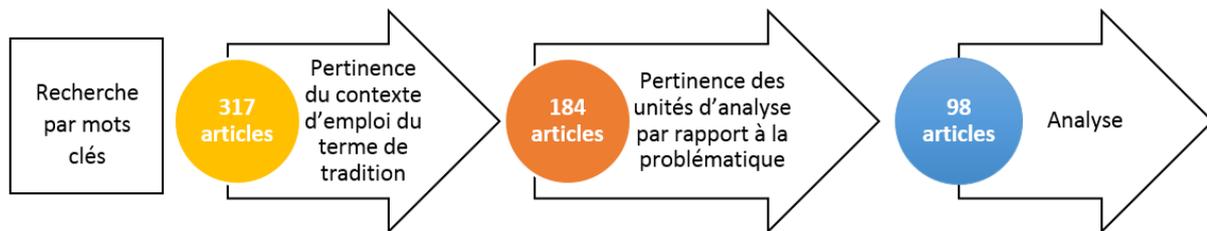
- \*De Massis, A., Frattini, F., Kotlar, J., Petruzzelli, A. M., et Wright, M. (2016). Innovation through tradition: lessons from innovative family businesses and directions for future research. *The Academy of Management Perspectives*, 30(1), 93-116.
- \*Duarte Alonso, A., Duarte Alonso, A., Bressan, A., Bressan, A., Sakellarios, N., et Sakellarios, N. (2016). A resource based approach in the context of the emerging craft brewing industry. *European Business Review*, 28(5), 560-582.
- \*Dumoulin, R., et Simon, E. (2008a). Innovation et tradition : les 2 faces d'une même pièce. *Gestion 2000*, 25(3), 19-32.
- Dumoulin, R., et Simon, E. (2008b). Quand l'innovation est un désavantage concurrentiel, le cas de la lutherie électrique. *Gestion 2000*, 3(25), 147-165.
- \*El Azizi, T. B., Elmabrouki, N., et Habba, B. (2014). L'atténuation des contraintes financières sur les entreprises familiales: du fatalisme à l'action. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 13(3), 123-142.
- \*Férérol, M. È. (2015). La réponse des acteurs basques aux défis du tourisme de demain: un management novateur et une marque territoriale. *Management et Avenir*, (2), 139-156.
- \*Fillis, I. (2004). The internationalizing smaller craft firm: insights from the marketing/entrepreneurship interface. *International Small Business Journal*, 22(1), 57-82.
- \*Fonrouge, C., Reboud, S., et Vigneron, F. (2013). «Luxury entrepreneurship» ou l'entrepreneuriat du luxe: des opportunités de demain pour des activités «human push»? *Management international/International Management/Gestión Internacional*, 17(3), 8-14.
- \*Frank, L., et Jaillot, M. (2015). Créativité entrepreneuriale et relance touristique en Polynésie Française. Une autre lecture des capacités dynamiques. *Innovations*, (3), 41-68.
- \*Germain, O., Cadieux, L., et Denis, U. (2009). Entre compétences fondamentales et paradigme organisationnel: l'impasse stratégique. Le cas Guy Degrenne. *Management et Avenir*, (5), 36-54.
- \*Habbershon, T. G., et Pistrui, J. (2002). Enterprising families domain: Family-influenced ownership groups in pursuit of transgenerational wealth. *Family Business Review*, 15(3), 223-237.
- \*Hafsi, T., et Hu, H. (2016). Sectoral innovation through competing logics: The case of antidepressants in traditional Chinese medicine. *Technological Forecasting and Social Change*, 107, 80-89.
- \*Hall, A., Melin, L., et Nordqvist, M. (2001). Entrepreneurship as radical change in the family business: Exploring the role of cultural patterns. *Family Business Review*, 14(3), 193-208.
- Hibbert, P., et Huxham, C. (2011). The carriage of tradition: Knowledge and its past in network contexts. *Management Learning*, 42(1), 7-24.
- \*Hindle K. et Lansdowne M. (2005). Brave spirits on new paths: toward a globally relevant paradigm of indigenous entrepreneurship research. *Journal of Small Business et Entrepreneurship*, 18(2), 131-141.
- Hobsbawm, E. (1995). Inventer des traditions. *Enquête. Archives de la revue Enquête*, (2), 171-189.
- \*Hospers, G. J., Desrochers, P., et Sautet, F. (2009). The next Silicon Valley? On the relationship between geographical clustering and public policy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(3), 285-299.
- \*Hsueh, L. M., et Tu, Y. Y. (2004). Innovation and the operational performance of newly established small and medium enterprises in Taiwan. *Small Business Economics*, 23(2), 99-113.
- \*Jaskiewicz, P., Combs, J. G., et Rau, S. B. (2015). Entrepreneurial legacy: Toward a theory of how some family firms nurture transgenerational entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 30(1), 29-49.
- Jones, M. V., Coviello, N., et Tang, Y. K. (2011). International entrepreneurship research (1989–2009): a domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 632-659.
- \*Jourdain A. (2016) L'héritier, l'ancien ouvrier et la reconvertie : analyse des différents types de logiques entrepreneuriales parmi les artisans d'art, *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(15), 257-281.
- \*Kamei, K., Shinato, T., et Dana, L. P. (2017). International convergence and divergence on family entrepreneurship problems: the case of family firms in Japan. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(4), 590-607.
- \*Kammerlander, N., Dessì, C., Bird, M., Floris, M., et Murru, A. (2015). The impact of shared stories on family firm innovation: A multicase study. *Family Business Review*, 28(4), 332-354.

- \*Khaire, M. (2011). The Indian fashion industry and traditional Indian crafts. *Business History Review*, 85(2), 345-366.
- \*Krasae-in A. (2017). Craft by you: acquiring consumer's idea to the product development for handicraft business in Thailand. *International Journal of Entrepr. and Innovation Management*, 21(1-2), 143-162.
- \*Lagarde, V. (2006). Le profil du dirigeant comme variable explicative des choix de diversification en agriculture. *La Revue des Sciences de Gestion*, (4), 31-41.
- \* Lanciano, E. (2006). Mécanismes de reproduction des entrepreneurs de PME et dynamique des districts industriels italiens. *Économies et sociétés. Série AB, Économie du travail*, (27), p-1173.
- \*Lanciano-Morandatt, C., et Nohara, H. (2003). Les essaimages académiques dans le secteur de l'informatique en France: effets institutionnels, effets de territoire ou construction des acteurs locaux ?. *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, (2), 235-265.
- \*Laperche, B., et Uzunidis, D. (2011). Crise, innovation et renouveau des territoires: dépendance de sentier et trajectoires d'évolution. *Innovations*, (2), 159-182.
- Lenclud, G. (1987). La tradition n'est plus ce qu'elle était... Sur les notions de tradition et de société traditionnelle en ethnologie. *Terrain*, (9), 110-123.
- \*Leroux, E. (2015). Management du tourisme responsable, vecteur d'innovation environnementale, sociale, économique et territoriale. *Management et Avenir*, (2), 111-119.
- Lincoln, Y. S., et Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry* (Vol. 75). Sage.
- \*Marchesnay M. (2001). Les PME de terroir: entre «géo» et «clio» stratégies. *Entreprises et histoire*, (2), 51-63.
- \*Marchesnay M., Kammoun S.C., et Karray H.E. (2006). Y a-t-il un entrepreneuriat méditerranéen ? *Revue Française de Gestion*, (7), 101-118.
- \*McAuley, A., et Fillis, I. (2005). The Orkney based craft entrepreneur: Remote yet global?. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 498-509.
- \*Mendez A., et Mercier D. (2006). Compétences-clés de territoires. *Revue Française de Gestion*, (5), 253-275.
- \*Messeni Petruzzelli, A., et Savino, T. (2015). Reinterpreting tradition to innovate: the case of Italian haute cuisine. *Industry and Innovation*, 22(8), 677-702.
- Messeni Petruzzelli A., et Albino V. (2014). *When Tradition Turns Into Innovation: How Firms Can Create and Appropriate Value Through Tradition* (Chandos publishing.). Oxford: Elsevier.
- Messeni Petruzzelli A., Rotolo D., et Savino T. (2012). The impact of old technologies on innovation: the case of the US biotechnology industry. *Technology Analysis et Strategic Management*, 24(5), 453-466.
- \*Metaxas, T., et Karagiannis, D. (2016). Culinary Tourism In Greece: Can The Past Define The Future? Dimensions Of Innovation, *Entrepreneurship And Regional Development. Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21(03), 1650018.
- \*Miller, D., Steier, L., et Le Breton-Miller, I. (2003). Lost in time: Intergenerational succession, change, and failure in family business. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 513-531.
- \*Munir, K. A., et Phillips, N. (2005). The birth of the 'Kodak Moment': Institutional entrepreneurship and the adoption of new technologies. *Organization studies*, 26(11), 1665-1687.
- \*Nelson, R. E., Rodriguez-Lluesma, C., Companys, Y. E., et Stinchfield, B. T. (2017). Contextualizing the subjectivist-objectivist debate in entrepreneurship using engineering, art, craft, and bricolage. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-23.
- \*Paige, R. C. (2009). Profiles of successful craft micro-retailers. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 14(04), 393-412.
- \*Paturel, R., et Richomme-Huet, K. (2007). Le devenir de l'activité artisanale passe-t-il par l'activité entrepreneuriale ? *Revue de l'Entrepreneuriat*, 6(1), 29-52.
- \*Picard, C. (2006). La représentation identitaire de la TPE artisanale. *Revue internationale PME*, 19(3-4), 13-49.
- \*Prigent, L. (2016). Tourisme durable, attractivité touristique et gastronomie: le cas de la Bretagne. *Management et Avenir*, (3), 113-130.

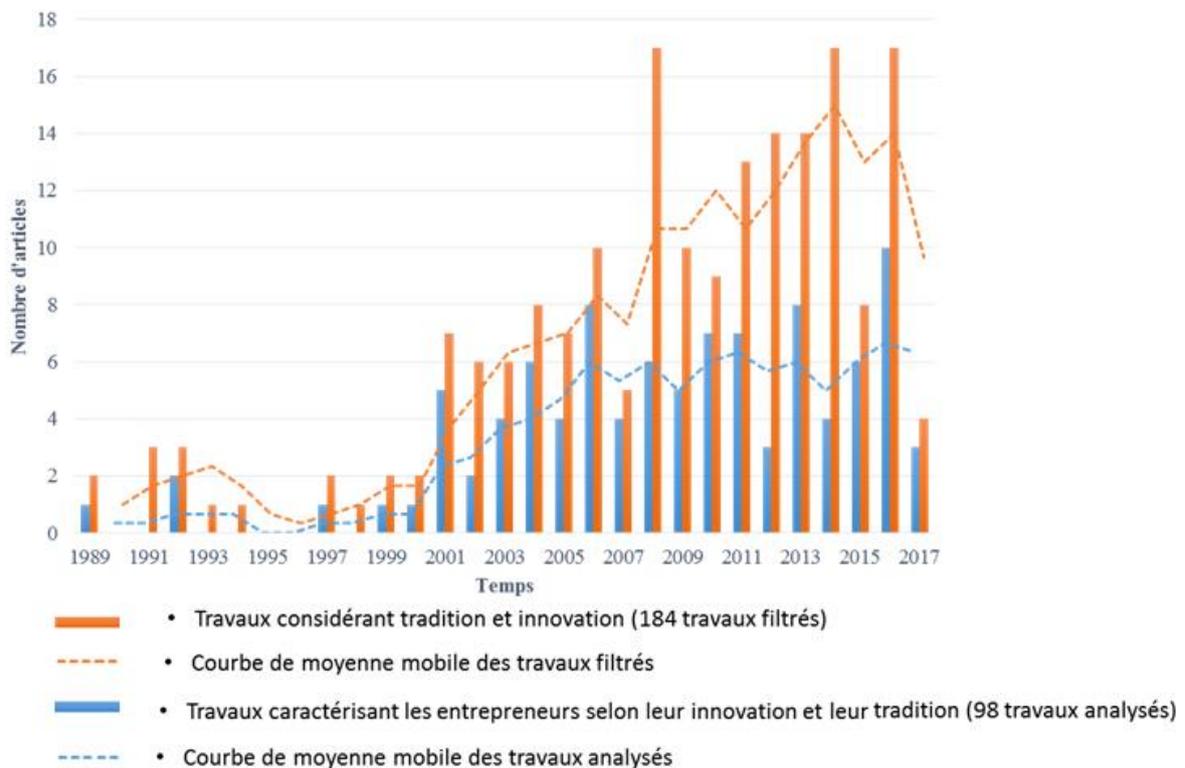
- \*Radauer, A., et Streicher, J. (2007). Low-Tech, innovation and state aid: the Austrian case. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 3(3), 247-261.
- \*Rastoin, J. L., et Vissac-Charles, V. (1999). Le groupe stratégique des entreprises de terroir. *Revue internationale PME*, 12(1-2), 171-192.
- \*Reynaud E., Simon É. (2004). Les secrets d'un bon domaine. *Revue Française de Gestion*, (2), 101-116.
- \*Riot, E. (2013). Woman in love, artist or entrepreneur? The edifying, mystifying life of Coco Chanel. *Society and Business Review*, 8(3), 281-313.
- \*Robic, P. (2007). La notion d'encastrement pour mieux comprendre le management stratégique des ruptures environnementales Le cas d'une entreprise laitière familiale. *Gestion 2000*, 24(4).
- \*Roessl, D., Fink, M., et Kraus, S. (2010). Are family firms fit for innovation? Towards an agenda for empirical research. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 2(3-4), 366-380.
- \*Saheed, Z. S. (2013). Adire textile: A cultural heritage and entrepreneurial craft in Egbaland, Nigeria. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 1(1), 11-18.
- \*Schieb-Bienfat, N., et Journée-Michel, H. (2008). La face cachée de l'innovation: l'innovation dans l'entreprise artisanale ou « La stratégie du potier revisitée ». *Gestion 2000*, 25(3).
- \*Schillaci, C. E., Romano, M., et Nicotra, M. (2013). Family business foundations: theoretical and empirical investigation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(1), 22.
- Shils, E. (1981). *Tradition*. Chicago: The University of Chicago Press.
- \*Siu, W. S., et Martin, R. G. (1992). Successful entrepreneurship in Hong Kong. *Long Range Planning*, 25(6), 87-93.
- \*Tajeddini K., et Mueller S.L. (2012). Corporate entrepreneurship in Switzerland: evidence from a case study of Swiss watch manufacturers. *Inter. Entrepreneurship and Management Journal*, 8(3), 355-372.
- \*Thomas, L. C., Painbéni, S., et Barton, H. (2013). Entrepreneurial marketing within the French wine industry. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 19(2), 238-260.
- \*Torrès, O. (2004). The failure of the Californian Mondavi's implantation in France: entrepreneurship and corporatisme. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(1-2), 70-99.
- Tranfield D., Denyer D., et Smart P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Jour. of Management*, 14(3), 207-222.
- \*Venkataraman, S. (2004). Regional transformation through technological entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 153-167.
- Zarca, B. (1988). Identité de métier et identité artisanale. *Revue Française de sociologie*, 29(2), 247-273.
- \*Zghal, R. (2005). The Economic Dynamics As Feature Of An Area: The Case Of Entrepreneurship Of Sfax?. *Journal of Enterprising Culture*, 13(01), 89-104.

## ANNEXE A. SYNTHÈSE DU PROCESSUS DE SÉLECTION DES ARTICLES ET NOMBRE DE TRAVAUX

### Synthèse du processus de sélection des articles



### Nombre de travaux publiés par année

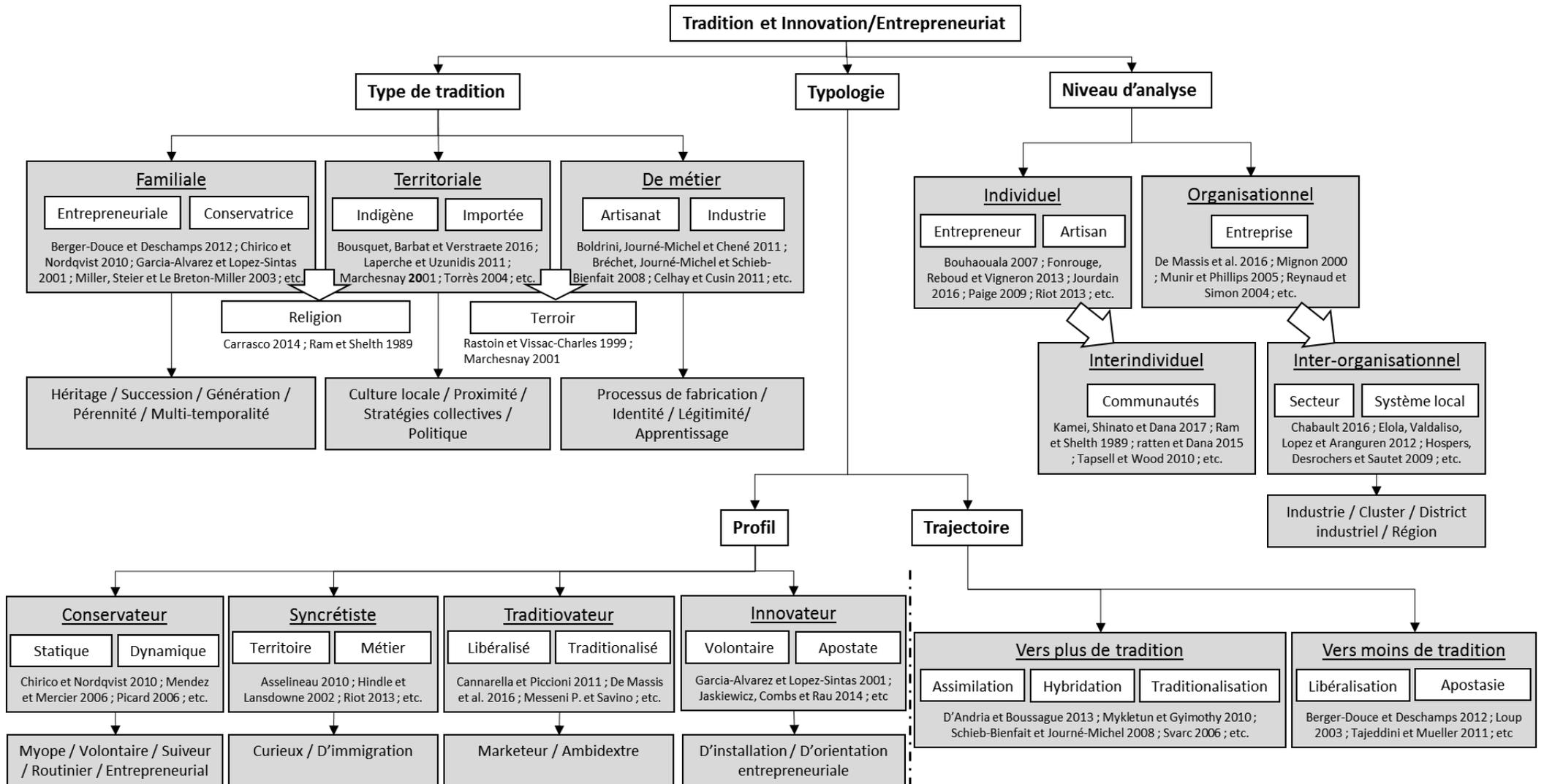


**ANNEXE B. LISTE DES 98 ARTICLES SÉLECTIONNÉS**

<b>Auteurs</b>	<b>Années</b>	<b>Niveau d'analyse</b>	<b>Type de tradition</b>
Abetti	1992	Entrepreneur	Tous
Asselineau	2010	Entrepreneur	Métier et territoire
Bargues	2013	Entreprise	Métier
Ben Mahmoud-Jouini et Mignon	2016	Entreprise	Famille
Ben Mahmoud-Jouini et Mignon	2009	Entreprise	Famille
Berger-Douce et Deschamps	2012	Entrepreneur	Famille
Bikai et Onana	2005	Entrepreneur	Territoire
Boldrini, Journé-Michel et Chené	2011	Entrepreneur	Métier
Bouhaouala	2007	Entrepreneur	Famille
Bousquet, Barbat et Verstraete	2016	Entrepreneur	Territoire
Bréchet, Journé-Michel et Schieb-Bienfait	2008	Entrepreneur	Métier
Cahn	2008	Entrepreneur	Territoire
Cannarella et Piccioni	2011	Entreprise	Métier et territoire
Carrasco	2014	Entrepreneur	Territoire
Ceccaldi	2016	Entreprise	Métier
Celhay et Cusin	2011	Entreprise	Métier
Chabault	2016	Système local	Métier et territoire
Chirico et Nordqvist	2010	Entreprise	Famille
d'Andria et Boussague	2013	Entrepreneur	Métier et territoire
Dalpiaz, Tracey et Phillips	2014	Entrepreneur	Famille
De Massis, Frattini, Kotlar, Petruzzelli et Wright	2016	Entreprise	Famille et territoire
Della Corte, Zamparelli et Micera	2013	Entreprise	Territoire
Duarte Alonso, Bressan et Sakellarios	2016	Entrepreneur	Métier et territoire
Dumoulin et Simon	2008	Secteur	Métier
Eddleston	2008	Entreprise	Famille
El Azizi, El Mabrouki et Habba	2014	Entrepreneur	Famille
Elola, Valdalisio, López et Aranguren	2012	Système local	Métier et territoire
Férol	2015	Territoire	Territoire
Fillis	2004	Entrepreneur	Métier
Fonrouge, Reboud et Vigneron	2013	Entrepreneur	Métier et territoire
Frank et Jaillot	2015	Secteur	Territoire
García-Álvarez et López-Sintas	2001	Entreprise	Famille
Germain, Cadieux et Denis	2009	Entrepreneur	Métier
Habbershon et Pistrui	2002	Entreprise	Famille et métier
Hafsi et Hu	2016	Secteur	Métier et territoire
Hall, Melin et Nordqvist	2001	Entreprise	Famille
Hindle et Lansdowne	2002	Entrepreneur	Territoire
Hospers, Desrochers et Sautet	2009	Secteur	Métier et territoire
Hsueh et Tu	2004	Secteur	Métier et territoire
Ivanaj et Géhin	1997	Entrepreneur	Métier
Jaskiewicz, Combs et Rau	2014	Entrepreneur	Famille
Jourdain	2016	Entrepreneur	Famille et métier
Kamei, Shinato et Dana	2017	Communauté	Tous
Kammerlander, Dessi, Bird, Floris et Murru	2015	Secteur	Métier et territoire
Khaire	2011	Secteur	Métier et territoire
Krasae-in	2017	Entrepreneur	Métier

Kraus, Pohjola et Koponen	2011	Entreprise	Famille
Lagarde	2006	Entrepreneur	Famille et territoire
Lanciano	2006	Système local	Métier et territoire
Lanciano-Morandatt et Nohara	2003	Système local	Métier
Laperche et Uzunidis	2011	Territoire	Territoire
Le Breton-Miller et Miller	2011	Entreprise	Famille et métier
Leroux	2015	Territoire	Métier et territoire
Loup	2003	Territoire	Métier
Marchesnay	2001	Entreprise	Territoire
Marchesnay, Kammoun et Karray	2006	Entrepreneur	Tous
McAuley et Fillis	2005	Entrepreneur	Métier et territoire
Mendez et Mercier	2006	Secteur	Métier et territoire
Messeni Petruzzelli et Savino	2015	Entrepreneur	Métier et territoire
Metaxas et Karagiannis	2016	Entreprise	Métier et territoire
Mignon	2000	Entreprise	Famille et métier
Miller, Steier et Le Breton-Miller	2003	Entrepreneur	Famille
Moreno et Littrell	2001	Entrepreneur	Métier et territoire
Munir et Phillips	2005	Entreprise	Métier
Mykletun et Gyimothy	2010	Entrepreneur	Territoire
Nelson, Rodriguez-L., Companys et Stinchfield	2017	Entrepreneur	Métier
Paige	2009	Entrepreneur	Métier et territoire
Parilli	2009	Système local	Métier et territoire
Paturel et Richomme-Huet	2007	Entrepreneur	Métier
Paturel et Richomme-Huet	2010	Entrepreneur	Métier
Picard	2006	Entrepreneur	Métier
Pinçon et Pinçon-Charlot	2001	Entrepreneur	Famille
Pistrui, Murphy et Deprez-Sims	2010	Entrepreneur	Famille
Polge	2008	Entrepreneur	Métier
Prigent	2016	Territoire	Métier et territoire
Radauer et Streicher	2007	Territoire	Territoire
Ram et Shelth	1989	Communauté	Territoire
Rastoin et Vissac-Charles	1999	Entreprise	Territoire
Ratten et Dana	2015	Communauté	Territoire
Reynaud et Simon	2004	Entreprise	Tous
Richomme-Huet	2006	Entrepreneur	Métier
Riot	2013	Entrepreneur	Métier et territoire
Robic	2007	Entreprise	Métier
Roessl, Fink et Kraus	2010	Entreprise	Famille
Saheed	2013	Communauté	Métier et territoire
Salavou et Lioukas	2003	Entreprise	Métier
Schieb-Bienfait et Journé-Michel	2008	Entreprise	Métier
Schillaci, Romano et Nicotra	2013	Entreprise	Famille
Siu et Martin	1992	Entreprise	Famille
Svarc	2006	Territoire	Métier et territoire
Tajeddini et Mueller	2011	Secteur	Métier et territoire
Thomas, Painbéné et Barton	2013	Secteur	Métier
Torrès	2004	Entrepreneur	Métier et territoire
Venkataraman	2004	Entrepreneur	Territoire
Wood	2004	Territoire	Territoire
Zg hal	2005	Système local	Métier et territoire
Zilber	2006	Système local	Territoire

## ANNEXE C. SYNTHÈSE DE L'ANALYSE DES DONNÉES PAR CODAGE



**ANNEXE D. AGENDA DE RECHERCHE SUR L'INNOVATION EN CONTEXTE TRADITIONNEL**

Éléments de discussion	Gap théorique	Questions de recherche
<b>Sources de la tradition</b>	<p><b>GT 1.</b> Etudier les profils à l'intersection entre innovation et tradition dans le cas des traditions territoriales.</p> <p><b>GT 2.</b> S'intéresser au syncrétisme familial.</p> <p><b>GT 3.</b> Etudier l'effet des traditions sur l'innovation par dyades.</p>	<p><b>QR 1.</b> Quels profils d'innovation sont détectables lorsqu'ils sont en présence de traditions de territoire ?</p> <p><b>QR 2.</b> Un syncrétisme familial peut-il émerger de l'association d'entrepreneurs ou de la fusion d'entreprises à caractère familial ?</p> <p><b>QR 3a.</b> Comment les traditions familiale et de métier interagissent-elles pour jouer un rôle dans l'innovation des acteurs ?</p> <p><b>QR 3b.</b> Comment les traditions de métier et territoriale interagissent-elles pour jouer un rôle dans l'innovation des acteurs ?</p> <p><b>QR 3c.</b> Comment les traditions familiale et territoriale interagissent-elles pour jouer un rôle dans l'innovation des acteurs ?</p>
<b>Niveaux d'analyse</b>	<p><b>GT 4.</b> Reconsidérer le rôle de la tradition religieuse sur l'innovation.</p> <p><b>GT 5.</b> Clarifier et distinguer les profils génériques à tous les niveaux d'analyse et les profils spécifiques à certains.</p>	<p><b>QR 4.</b> Quel rôle jouent les traditions dans l'innovation des acteurs ?</p> <p><b>QR 5a.</b> Le profil d'innovateur apostate est-il propre au niveau d'analyse individuel ?</p> <p><b>QR 5b.</b> Le profil de conservateur patrimonial est-il le seul profil à se retrouver à tous les niveaux d'analyse ?</p> <p><b>QR 5c.</b> L'influence de la tradition est-elle la même sur l'innovation des acteurs selon les niveaux d'analyse ? Y'a-t-il des effets catalyseurs ou de blocage à certains niveaux d'analyse ?</p>
<b>Profils d'innovation</b>	<p><b>GT 6.</b> Etendre la connaissance des profils apostates en dehors du contexte de tradition familiale.</p> <p><b>GT 7.</b> Explorer le profil de conservateur de renforcement en dehors du niveau d'analyse individuel de l'entrepreneur.</p>	<p><b>QR 6a.</b> L'apostasie de traditions de métier ou de territoire dans le but d'innover est-elle observable empiriquement ?</p> <p><b>QR 6b.</b> Quels sont les leviers permettant à des acteurs de rompre avec leurs traditions pour pouvoir innover ?</p> <p><b>QR 7.</b> Quels sont les mécanismes de renforcement de la conservation de la tradition à l'échelle d'une entreprise ? d'une communauté ou d'un territoire ?</p>
<b>Facteurs contextuels</b>	<p><b>GT 8.</b> Comparer l'effet de la ruralité et de l'urbanité sur ces profils.</p> <p><b>GT 9.</b> Croiser l'étude des traditions familiales, de métier et territoriales avec l'effet de culture nationale.</p>	<p><b>QR 8a.</b> Les traditions sont-elles plus prégnantes en milieu rural ?</p> <p><b>QR 8b.</b> L'apostasie est-elle plus fréquente en milieu urbain ?</p> <p><b>QR 9a.</b> Les pays du continent américain sont-ils moins traditionnels que les autres pays du monde ?</p> <p><b>QR 9b.</b> La France a-t-elle des spécificités culturelles telles que les profils observés dans un tel contexte lui soient spécifiques ?</p>