

Appels à communication pour les STAIMS

ST-AIMS 7 : Les nouvelles perspectives du management stratégique de l'innovation

Responsables

Véronique Schaeffer (Unistra, BETA) – schaeffer@unistra.fr

Florence Charue-Duboc (Ecole polytechnique, i3CRG) –
florence.duboc@polytechnique.edu

Romain Gandia (USMB, IREG) – romain.gandia@univ-smb.fr

Sihem Jouini (HEC Paris) - jouini@hec.fr

Mots-clés : Innovation sociale – écosystèmes – innovation ouverte – numérique – ambidextrie – environnement – approches multi-niveaux

Appel à communications

La recherche en management stratégique de l'innovation est continuellement stimulée par les nouveaux défis que rencontrent les praticiens et les acteurs politiques œuvrant à la construction de contextes favorables à l'innovation. L'innovation présente de multiples facettes qui alimentent la diversité des problématiques de la recherche en management de l'innovation. L'innovation peut être technologique, organisationnelle, sociale, commerciale, liée au renouvellement des modèles d'affaire. Elle peut être radicale, incrémentale, interne, ouverte à une diversité d'acteurs et s'inscrire dans des approches écosystémiques. Elle peut impliquer une diversité d'acteurs (employés en R&D, entrepreneurs, intrapreneurs, scientifiques, intermédiaires d'innovation, organisations support...), des contextes organisationnels multiples (départements de R&D, start-ups, PME, universités, ...), ainsi que des contextes régionaux, nationaux et internationaux spécifiques, qui influencent la dynamique de l'innovation. Les opportunités d'innovation, tout comme les contraintes qui pèsent sur les processus d'innovation, sont affectées par une multitude de facteurs tels que le changement technologique, l'évolution des besoins de la société, l'importance et l'urgence accrue des enjeux environnementaux, l'évolution de la situation concurrentielle et des tensions géopolitiques qui affectent les marchés.

Les questions liées à l'innovation sociale prennent une place croissante dans la recherche en management de l'innovation (do Adro, Fernandes, 2020). L'innovation sociale est encore un concept mal défini qui appelle à de nouveaux travaux (Bragaglia, 2021). Elle renouvelle la manière d'appréhender l'innovation en reconsidérant la valeur associée à la création d'une innovation. Sa mesure ne se limite pas à la performance commerciale de l'entreprise qui la produit, mais intègre sa contribution à la création de valeur sociale au-delà des frontières de l'entreprise (Austin et al, 2006). Elle véhicule des valeurs en cohérence avec les défis environnementaux et sociétaux (Eichler, Schwarz, 2019, Kamaludin et al, 2021). Elle concourt à l'évolution de la société par le développement de comportements en adéquation avec ces valeurs. Elle peut être portée par des entrepreneurs, susciter l'émergence de nouveaux types d'acteurs, de nouvelles relations entre les acteurs, de nouveaux arrangements institutionnels encore peu étudiés (Galego et al, 2022, Tricareto et al, 2022,).

Les thématiques liées à l'innovation sociale, l'innovation soutenable, l'innovation technologique ne sont pas indépendantes les unes des autres (El-Kassar, A. N., Singh, 2019). Les plateformes numériques, les objets connectés, les réseaux sociaux, les stratégies de Big Data et l'intelligence artificielle permettent d'explorer de nouvelles sources d'innovation et de création de valeur. Les technologies numériques sont porteuses de changements plus importants encore que ceux suscités par le développement des matériaux avancés, des biotechnologies ou des technologies de l'information et de la communication à partir des années 1980 (Maine et Garnsey, 2006, Keenan, 2003). Elles modifient en profondeur les entreprises, les industries et les sociétés (Nambisan, 2017). Elles ont des conséquences sur le management stratégique de l'innovation, car elles provoquent un changement perpétuel de l'environnement technologique, elles modifient les frontières entre les secteurs d'activité, elles effacent les frontières géographiques, elles modifient le comportement des acteurs, de plus en plus connectés. Les technologies numériques accompagnent et facilitent les démarches d'innovation ouverte. Elles facilitent l'accès à de nouveaux réseaux, marchés, industries et écosystèmes (Appleyard et Chesbrough, 2016, Trabucchi et al., 2016). Pour appréhender la dynamique des processus d'innovation dans leur complexité, la recherche a besoin d'analyses multi-niveaux, conduites au niveau des individus, de l'organisation, des relations entre organisations, des écosystèmes, de la société (Bogers et al, 2017).

Dans un environnement turbulent, la créativité des individus, le renouvellement des compétences, des stratégies et des modèles d'affaire sont des questions centrales (Tratkowska, 2019). Les technologies numériques renouvellent les défis de l'ambidextrie. A l'ère du numérique, les flux d'exploration et d'exploitation peuvent s'organiser aussi bien en interne qu'à l'externe (Ardito et al., 2020). Les nouveaux modèles d'ambidextrie associés aux plateformes, aux réseaux, aux objets connectés, restent encore peu étudiés (Bresciani et al., 2018 ; Cenamor et al., 2019 ; Ossenbrink et al., 2019). De nouveaux espaces et intermédiaires d'innovation sont créés dans les entreprises ou dans leur environnement pour stimuler leur capacité d'exploration et stimuler la créativité des individus (Wrigley et al, 2020). Des études sont là aussi nécessaires pour s'interroger sur leur réel impact sur les capacités d'exploration et d'exploitation (Blank, 2019).

Cette ST-AIMS propose de favoriser le dialogue entre une diversité de concepts et d'approches théoriques, qui participent à la construction du champ de recherche en management stratégique de l'innovation. L'objectif est de susciter des recherches autour des problématiques qui participent au renouvellement des défis du management stratégique de l'innovation. De manière non exhaustive, les thématiques suivantes peuvent s'inscrire dans cette ST-AIMS :

- Les contextes propices à l'innovation à l'ère du numérique
- L'innovation collaborative
- Les comportements et les contextes favorables à l'innovation sociale
- L'innovation non technologique
- Les universités comme actrices de l'innovation
- Les écosystèmes d'innovation
- Les écosystèmes d'affaires et leur émergence
- Les stratégies de protection de l'innovation
- Diffusion technologique, innovation et croissance soutenable

- L'adoption de modèles d'affaires innovants par les grandes entreprises
- Les transformations managériales et la capacité à innover
- L'ambidextrie à l'ère du numérique
- La gestion des frontières dans les modèles ouverts d'ambidextrie
- Les approches multi-niveaux des processus d'innovation

Références :

do Adro, F. et C. I. Fernandes (2020). Social innovation: a systematic literature review and future agenda research. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(1), 23-40.

Appleyard M.M. et H.W. Chesbrough (2016), The Dynamics of Open Strategy: From Adoption to Reversion. *Long Range Planning*, 50: 3, 310-321.

Ardito, L., A.M. Petruzzelli L. Dezi et S. Castellano (2020), The influence of inbound open innovation on ambidexterity performance: Does it pay to source knowledge from supply chain stakeholders?, *Journal of Business Research*, 119, 321-329.

Austin, J., H. Stevenson et J. Wei–Skillern (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.

Blank, S. (2019). Why companies do 'Innovation Theater' instead of actual innovation. *Harvard Business Review*.

Bogers, M., Zobel A. K., Afuah A. Almirall, E., Brunswicker S., Dahlander L., ... et Ter Wal, A. L. (2017). The open innovation research landscape: Established perspectives and emerging themes across different levels of analysis. *Industry and Innovation*, 24(1), 8-40.

Bragaglia, F. (2021). Social innovation as a 'magic concept' for policy-makers and its implications for urban governance. *Planning Theory*, 20(2), 102-120.

Bresciani, S., A. Ferraris et M. Del Giudice (2018), The management of organizational ambidexterity through alliances in a new context of analysis: Internet of Things (IoT) smart city projects, *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 331-338.

Cenamor, J., V. Parida et J. Wincent (2019), How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity, *Journal of Business Research*, 100, 196-206.

Eichler, G. M., et E.J. Schwarz (2019). What sustainable development goals do social innovations address? A systematic review and content analysis of social innovation literature. *Sustainability*, 11(2), 522.

El-Kassar, A. N. et S.K. Singh (2019). Green innovation and organizational performance: the influence of big data and the moderating role of management commitment and HR practices. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 483-498.

Galego, D., F. Moolaert, M. Brans et G. Santinha (2022). Social innovation & governance: a scoping review. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35(2), 265-290.

Kamaludin, M. F., J.A. Xavier et M. Amin (2021). Social Entrepreneurship and Sustainability: A Conceptual Framework. *Journal of Social Entrepreneurship*.

Keenan, M. (2003). Identifying emerging generic technologies at the national level: the UK experience. *Journal of Forecasting* 22 (2/3), 129–149.

Maine, E., et E. Garnsey (2006). Commercializing generic technology: The case of advanced materials ventures. *Research Policy*, 35(3), 375-393.

Nambisan, S., 2017. Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 41, 1029–1055.