

Hackathon, startup weekend, innovation challenge... Défis et promesses des événements collaboratifs d'innovation

Rédacteurs

Julie FABBRI, emlyon business school & Ecole polytechnique i3-CRG, Lyon
Anna GLASER, ESCP Europe, Paris
Olivier TOUTAIN, Burgundy School of Business, Dijon

Innover, innover, innover... INNOVER !!! [L'impératif d'innovation](#) impose aujourd'hui aux organisations d'innover toujours plus, plus souvent, plus vite. L'une des réponses à cette injonction consiste à innover avec plus de monde. Si ce constat est unanimement partagé aujourd'hui, les solutions concrètes pour y répondre restent limitées. Les *hackathons*, *innovation bootcamps*, *innovation challenges* et autres *startup weekends* ou *demo days* apparaissent en cela des mannes inespérées et sont récemment devenus les nouveaux outils phares des professionnels de l'innovation. Nous regroupons ces différents phénomènes à la mode sous le terme ombrelle d'événements collaboratifs d'innovation. Dans ce numéro spécial, nous souhaitons questionner les enjeux, les contributions réelles des événements collaboratifs pour les organisations, les individus et les territoires. Cette approche implique également d'apprécier les écueils et les limites de ces événements en vogue.

Les événements collaboratifs d'innovation

La nature, la durée, les participants, les modes d'animation, les objectifs... varient fortement d'un événement à l'autre. Les [TED talks](#) dynamisent le format des conférences pour partager des expériences inspirantes. Les [Hold-Up](#) sont des ateliers de créativité collective de quelques heures pour résoudre un problème de gestion d'un entrepreneur social. Les Startup Weekend visent à donner naissance en un week-end à de nouvelles entreprises dans tous les domaines. Les Hackathons prennent la forme de compétitions en équipe, sur deux jours, pour transformer une idée ou un concept en un prototype d'applications concrètes commercialisables dans les mois suivants l'événement. Les Innovation Challenges sont des concours d'idées organisés le plus souvent *via* des plateformes de *crowdsourcing* sur des sujets variés pendant plusieurs jours ou semaines. Les Sprints sont des *workshops* d'une petite semaine pour concevoir et tester des projets d'innovation grâce à la méthodologie du *design thinking*. Les Innovation Bootcamps durent plusieurs mois, sur le modèle des classes de l'armée, pour acculturer un groupe à l'innovation. Etc.

Les organisateurs de ces événements répondent également à différents profils. Les entreprises sont de plus en plus nombreuses, et ce dans tous les secteurs (banque, distribution, public, alimentaire, etc.), à s'approprier les différents formats et à en organiser sur une diversité grandissante de sujets. Alstom a par exemple organisé un hackathon sur le métro connecté, Allianz sur la sécurité routière, Louis Vuitton sur l'optimisation des stocks, la Banque Populaire sur l'agence bancaire de demain, le ministère des Finances sur les nouveaux usages de son calculateur d'impôt sur le revenu... Les institutions publiques ne sont pas en reste et utilisent les événements collaboratifs pour favoriser l'innovation et la participation citoyenne¹. Les institutions d'enseignement sont également pléthores aujourd'hui à intégrer ces modalités d'animation pour former les effectifs, notamment à l'innovation et à l'entrepreneuriat². L'engouement généralisé pour les événements collaboratifs d'innovation a de plus conduit à l'apparition de nouveaux métiers et acteurs que sont les organisateurs, physiques et virtuels, de ces événements. Leur rôle d'intermédiaires d'innovation mérite d'être évalué et étudié en détails³.

Les événements collaboratifs d'innovation sont intéressants à étudier comme matérialisations de l'innovation ouverte et de l'innovation participative⁴. Ils permettent en effet de rassembler des personnes d'horizons divers dans une même unité de lieu et de temps pour travailler ensemble sur des sujets d'innovation et d'entrepreneuriat. Sont ainsi intégrés dans le processus d'innovation de nombreux publics hétérogènes, ce qui est largement reconnu comme facteur de réussite d'un projet d'innovation, malgré les importants problèmes de gestion que cela engendre. Les hackathons mobilisent par exemple aussi bien un public interne à l'organisation (tous métiers et filiales confondus – pas seulement la R&D ou les fonctions corporate) que le grand public (des étudiants, des clients, des concurrents, des curieux...). Ce sont parfois les personnes les plus éloignées de la problématique qui sont les plus à même de proposer des solutions innovantes et intéressantes.

Or, nous sommes amenés à nous demander dans quelle mesure les organisations parviennent à capitaliser sur la richesse produite par et pendant ce type d'événements – qui ne s'improvisent pas. Certaines se contentent de bénéficier de l'image d'entreprise innovante véhiculée par l'organisation de ce type d'événements et d'y recruter des nouveaux profils dont elles ont besoin pour innover, comme des développeurs ou des designers, avec qui elles peinent à entrer en contact. Cette interrogation est valable en miroir pour les participants. Quels sont les intérêts et retours dont peuvent profiter les entrepreneurs, startupper, codeurs et autres designers aguerris à ces nouveaux formats ? La systématisation, voire la professionnalisation, de la pratique d'événements collaboratifs d'innovation ne risque-t-elle pas de pervertir leur potentiel d'innovation ?

¹ Almirall, E., Lee, M., & Majchrzak, A. (2014). *Open innovation requires integrated competition-community ecosystems: Lessons learned from civic open innovation*. Business Horizons, 57 (3), pp. 391-400.

² Toutain, O., & Verzat, C. (2017). *L'entrepreneuriat et la jeunesse, un sujet en quête de sens*. Entreprendre & Innover, 33 (2), pp. 5-9.

³ Fabbri, J., & Charue-Duboc, F. (2016). *Les espaces de coworking : nouveaux intermédiaires d'innovation ouverte?*, Revue française de gestion, 254 (1), pp. 163-180.

⁴ Teglborg, A., Bonnafous-Boucher, M., & Redien-Collot, R. (2013). *L'innovation participative à orientation entrepreneuriale, un atout concurrentiel à cultiver*, Entreprendre & Innover, 18, pp. 23-30.

Définition de notre appel à contributions

Ce dossier fait suite au dossier spécial sur les défis et promesses des espaces collaboratifs d'innovation (espaces de coworking, living labs, laboratoires d'innovation ouverte...) publié par [Entreprendre & Innover \(n°31\)](#) fin 2016. Dans le même esprit, nous souhaitons aborder de manière critique la place, le rôle et les contributions actuelles des différents types d'événements collaboratifs d'innovation.

Pour les entreprises, les événements collaboratifs d'innovation sont vus comme des moyens de stimuler les capacités d'innovation sur des temps très courts et à peu de frais, de les entretenir dans le temps, de réduire le *time to market*, ainsi que de diversifier et démultiplier les parties prenantes avec qui innover, notamment des startups. Pour les entrepreneurs, ils permettent d'accélérer le développement des projets, en facilitant l'accès au premier client, à de nouveaux partenaires, à des ressources supplémentaires, notamment financières et d'incubation. Ce dossier spécial vise à mieux comprendre le rôle que les événements collaboratifs d'innovation peuvent jouer au sein des processus d'innovation et des parcours entrepreneuriaux.

Nous sommes particulièrement intéressés de montrer dans quelle mesure les événements collaboratifs d'innovation peuvent favoriser ou entraver des dynamiques d'apprentissage individuel et collectif et des dynamiques entrepreneuriales et d'innovation (plus) ouverte et collaborative. Nous étudierons avec la plus grande attention toutes les contributions examinant de manière critique ce que contiennent et produisent les événements collaboratifs d'innovation dans les organisations, pour les individus et sur les territoires. L'analyse de cas de succès mais aussi d'échecs d'événements collaboratifs d'innovation est encouragée.

Voici une liste non exhaustive de questions ouvertes qui trouveraient leur place dans ce dossier spécial. Ces questions s'organisent autour de deux thèmes génériques : 1/ le fonctionnement des événements collaboratifs ; 2/ leurs contributions et limites au regard de l'organisation, de l'individu et du territoire.

1 - Comment fonctionnent les événements collaboratifs ?

En amont

- Quand et où organiser un événement collaboratif ? Avec qui ? Pour atteindre quels résultats (directs et indirects) ?
- Quels sont les freins organisationnels rencontrés par les événements collaboratifs d'innovation et comment les surmonter ?

Pendant

- Comment animer ces événements pour réussir de générer des « bonnes » idées et des projets désirables et viables ?
- Comment motiver / récompenser / impliquer les participants ?

En aval

- Comment « mailler » les outputs de ces événements avec les processus d'innovation internes ?

- Quel cycle suivent les idées, concepts et prototypes issus de ces événements ? Comment favoriser leur implémentation réelle ?
- Quel type d'innovation favorisent les événements collaboratifs d'innovation ?
- Comment capitaliser et rebondir après un événement collaboratif d'innovation, tant au niveau organisationnel qu'inter organisationnel ?
- Comment tirer parti de ces dispositifs ponctuels pour transformer durablement les pratiques et l'organisation ?

2 – Contributions et limites des événements collaboratifs

- De manière générale en quoi les événements collaboratifs permettent-ils de créer de la valeur ? Et quel type de valeur ?
- Au-delà de leur impact en communication et des stratégies marketing, ces événements permettent-ils réellement le développement de l'innovation par l'émergence ou la transformation de nouveaux *business models* ?
- Quel type d'innovation les événements collaboratifs favorisent-ils (via le produit ou service, les processus, le management de l'organisation...) ? Une innovation de rupture ? Incrémentale ? Technique ? Sociale ? Etc.
- Quel est l'impact de ces événements sur les individus qui participent ? Ces expériences sont-elles assimilables à de la formation ? En quoi celles-ci participent-elles ou non à la transformation de l'individu dans l'organisation ou comme entrepreneur ? De quelle transformation parle-t-on ?
- Les événements collaboratifs représentent-ils un enjeu particulier à l'échelle de l'animation et du développement des territoires ? Pourquoi et pour quoi faire ?
- Enfin, quelles sont les limites observables des événements collaboratifs ? présentent-ils des effets pervers ?

Consignes aux auteurs

Vous trouverez l'intégralité des consignes sur le site de la revue :

<https://revueentreprendreinnover.files.wordpress.com/2011/05/consignes-aux-auteurs-ei-janvier-2014.pdf>

Les textes sont attendus au format Word, police « Arial », corps 12, en double interligne, avec des pages numérotées. Les articles comprendront entre 18 000 et 22 000 signes ; les résumés de livres ne dépasseront pas 12 000 signes.

Vous pouvez communiquer vos propositions par e-mail aux rédacteurs du numéro spécial :

- fabbri@em-lyon.com
- aglasier@escpeurope.eu
- olivier.toutain@bsb-education.com

Ligne éditoriale

La revue *Entreprendre et Innover* est une revue de vulgarisation de haut niveau dans le domaine de l'entrepreneuriat et de l'innovation édité par DeBoeck Université. Son ambition est de mettre

à la portée d'un lectorat de cadres, entrepreneurs, professionnels des réseaux de création d'entreprises et dirigeants d'entreprises, des articles originaux, solides sur le plan scientifique ou innovants sur le plan des idées exprimées, sans s'accaparer des oripeaux des publications académiques. La revue est ouverte à TOUTES les disciplines et à TOUS les points de vue qui s'intéressent à l'entrepreneuriat et à l'innovation.

Dans la mesure où cette revue s'adresse en priorité à des praticiens, nous restons attentifs à ce que les contributions aient une préoccupation d'applications pratiques, d'implications entrepreneuriales et/ou de recommandations en matière politique.

Dans cet esprit, les contributions devront :

- **avoir une section faisant explicitement référence à ces préoccupations** : le lecteur doit toujours pouvoir se dire en fin de lecture : et alors ? en quoi cet article m'aide à agir ou à mieux réfléchir pour mon action future ?
- **adopter un langage plus concret et opérationnel** qu'il n'est d'usage dans les revues académiques : la théorie ne doit pas être absente mais vulgarisée, c'est-à-dire traduite en termes simples. Les concepts abstraits doivent être explicités et/ou illustrés par des exemples pratiques.
- **ne pas accumuler les références scientifiques** : le but est de choisir quelques auteurs de référence utiles pour comprendre le propos, non de montrer l'exhaustivité de la littérature académique sur le sujet. Les références scientifiques doivent être exclusivement citées grâce aux notes de bas de page.

Chaque numéro propose une thématique particulière qui sert de fil conducteur. Toutefois les articles « hors thème » restent les bienvenus.

Ce numéro spécial paraîtra en **décembre 2018**.

Échéancier

Etape	Période
Intention de communication (confirmation de l'intérêt, résumé du propos en quelques lignes et type de contribution retenu)	Mars 2018
Soumission des textes (première version)	Avril 2018
Retour (première version)	Juillet 2018
Soumission des textes révisés (seconde version)	Septembre 2018
Retour (seconde version)	Octobre 2018
Parution finale	Décembre 2018