

**Appel à communication de la journée d'études**  
**« Actualités de la dynamique concurrentielle »**

**Le 10 Septembre 2020 à l'Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis.**

*« Si vous êtes axé sur la concurrence, vous devez attendre qu'un concurrent fasse quelque chose. Être axé sur le client vous permet d'être plus pionnier » (Jeff Bezos, PDG d'Amazon).*

Le champ de la dynamique concurrentielle est né de la volonté de rompre avec des approches statiques de la stratégie d'entreprise qui ne mettaient pas suffisamment l'accent sur la rivalité interentreprises (Smith *et al.*, 1992). Pour ce faire, les auteurs s'inscrivant dans ce champ se sont intéressés aux interactions concurrentielles de manière à caractériser le comportement concurrentiel et le répertoire stratégique des entreprises dans des contextes variés (Bensebaa, 2003) : coopération (Bengtsson et Kock, 2000), concurrence multi-marchés (Amine et Bensebaa, 2005 ; Baum et Korn, 1996), groupes stratégiques (Porac *et al.*, 1989), rivalité entre *leaders* et *challengers* (Ferrier *et al.*, 1999), etc. Cependant, face à la digitalisation de l'économie, à l'engouement suscité par les orientations client (CRM) dans un contexte déjà marqué par les questions de responsabilité envers les parties prenantes (Parmar *et al.*, 2010), la dynamique concurrentielle nous semble aujourd'hui faire face à deux grands défis.

Premièrement, le tropisme pour la rivalité de la dynamique concurrentielle rend difficile l'intégration dans son champ d'analyse d'autres parties prenantes (Eymas et Bensebaa, 2019). L'objectif principal de la dynamique concurrentielle consistant à comprendre comment les interactions concurrentielles permettent de prendre l'avantage sur le concurrent (Ferrier *et al.*, 1999 ; Venkataraman *et al.*, 1997), toute action concurrentielle d'une entreprise est d'emblée analysée sous le prisme de la rivalité qui constitue en conséquence le cadre général des relations interentreprises. Dans la mesure où les relations simultanées de concurrence et de coopération (Dagnino *et al.*, 2007 ; Klein *et al.*, 2020) ne remettaient pas en cause le focus traditionnel de la dynamique concurrentielle – l'interaction concurrentielle –, ce champ d'analyse a pu s'accommoder de leur mise au jour, ainsi que de la nécessité de manager les tensions qui en émanent (Le Roy et Czakon, 2016 ; Chiambaretto *et al.*, 2019). Si l'intérêt à l'égard de l'approche des réseaux a ouvert la dynamique concurrentielle à l'analyse de relations multiples entre acteurs appartenant à différents réseaux et différents secteurs d'activité (Gnyawali et Madhavan, 2001 ; Hani et Bensebaa, 2019 ; Sanou *et al.*, 2016), la volonté d'un élargissement assumé de la dynamique concurrentielle à l'ensemble de ses parties prenantes demeure relativement récente (Chen et Miller, 2015). Cependant, cet appel à l'extension du champ d'analyse, de même que le développement rapide d'outils digitaux qui modifient radicalement la façon dont les entreprises perçoivent leur avantage concurrentiel (Koch et Windsperger, 2017 ; Gnyawali *et al.*, 2010 ; Bharadwaj *et al.*, 2013), soulèvent un certain nombre de questions que la liste suivante ne saurait épuiser. Comment les stratégies de coopération bousculent-elles les modèles traditionnels de dynamique concurrentielle à l'ère de la digitalisation ? Comment pouvons-nous parvenir à gérer les tensions qui résultent de l'interaction coopérative ? À s'ouvrir à l'ensemble des parties prenantes, la dynamique concurrentielle ne risque-t-elle pas de perdre son identité ? Toutes les parties prenantes

doivent-elles être intégrées à l'analyse de la même manière ? La dynamique concurrentielle ne s'est-elle pas fourvoyée dès le départ en associant trop étroitement la stratégie à la rivalité ?

Deuxièmement, le champ de la dynamique concurrentielle peine à trouver sa place au sein de la sous-discipline du management stratégique. Le tropisme pour la rivalité de la dynamique concurrentielle pourrait être la source de ses difficultés à émerger comme une théorie du management stratégique « à part entière ». Ainsi, l'accent initial mis sur la rivalité occulte les phénomènes d'entrepreneuriat institutionnel, c'est-à-dire quand un acteur modifie le cadre institutionnel du jeu concurrentiel (Di Maggio, 1988 ; Suckman, 1995). La digitalisation de l'économie et les possibilités de nouveaux modèles entrepreneuriaux qu'elle augure renforcent la nécessité d'un changement de paradigme pour penser la stratégie en donnant du sens à des phénomènes tels que la « guerre asymétrique ». Par exemple, lorsque le groupe hôtelier *Accor* crée un « *shadow executive committee* » composé de jeunes de la génération Y et chargé d'émettre un avis préalable sur tous les projets discutés ensuite en comité exécutif de direction pour endiguer les effets d'*Air B'nB* sur la location à très courte durée, il est intéressant de noter que le Groupe cherche à valoriser ce qui le différencie de ses concurrents pour refonder son avantage concurrentiel de manière plus innovante que ne le permettrait un *benchmark*, or l'enjeu de positionnement de l'entreprise demeure. À ce titre, un retour aux origines de la concurrence et des pratiques commerciales pourrait s'avérer pertinent pour comprendre la portée théorique de la question de la concurrence au sein du management stratégique. Les apports historiques d'études des formes de concurrence pourraient constituer une opportunité intéressante pour revisiter son statut épistémologique *via* les notions de compétition, de monopole, de trust, d'intégration ou encore d'alliance souple (Harris, 2012 ; Mira et Le Roy, 2018). Plus avant, nous pourrions nous interroger sur le statut de la dynamique concurrentielle dans la littérature stratégique : s'agit-il d'une théorie ? D'un phénomène à étudier ? D'un cadre d'analyse ? De même, l'élargissement du cadre d'analyse présenté plus haut par Chen et Miller (2015) est-il de nature à modifier ce statut ? Enfin, le concept de concurrence n'aurait-il pas occulté certaines pratiques passées de *trust* que les GAFAs réactualiseraient à leur manière (Elzinga et Webber, 2017) ?

L'appel à communication de la journée de recherche « *Actualités de la dynamique concurrentielle* » vise à accueillir des travaux s'inscrivant dans le champ du management stratégique et du comportement organisationnel. Différentes perspectives théoriques pourront être retenues. Les approches empiriques seront privilégiées qu'elles soient de nature quantitative ou qualitative. Les approches critiques sont également les bienvenues.

Une sélection des meilleures contributions autour du thème « **Actualité sur la dynamique concurrentielle** » pourra faire l'objet d'un dossier thématique qui sera proposé à une revue académique francophone. Un ouvrage collectif sur le thème de la conférence serait également publié chez Éditions Management et Société (EMS).

## Bibliographie

- Amine A. et Bensebaa F. (2005). « Intensité concurrentielle entre lignes de produits rivales : un éclairage par la théorie de la concurrence multimarchés », *Finance Contrôle Stratégie*, vol. 8, n° 2, 5-37.
- Baum J.A.C. et Korn H.J. (1996). « Competitive dynamics of interfirm rivalry », *Academy of Management Journal*, vol. 39, n° 2, 255-291.
- Bengtsson M. et Kock S. (2000). « “Coopetition” in business networks – to cooperate and compete simultaneously », *Industrial Marketing Management*, vol. 29, n° 5, 411-426.
- Bensebaa F. (2003). « La dynamique concurrentielle : défis analytiques et méthodologiques », *Finance Contrôle Stratégie*, vol. 6, n° 1, 5-37.
- Bharadwaj A., El Sawy O.A., Pavlou, P.A. et Venkatraman N. (2013). « Digital business strategy : toward a next generation of insights », *MIS quarterly*, vol. 37, n° 2, 471-482.
- Elzinga K.G., Webber M. (2017). « Louis Brandeis and contemporary antitrust enforcement », *Touro Law Review*, vol. 33, n° 1, 277-321.
- Chen M.J. et Miller D. (2015). « Reconceptualizing competitive dynamics : a multidimensional framework », *Strategic Management Journal*, vol. 36, n° 5, 758-775.
- Chiambaretto P., Masse D. et Mirc N. (2019). « ‘All for one and one for all ?’ Knowledge broker roles in managing tensions of internal coopetition : the Ubisoft case », *Research Policy*, vol. 48, n° 3, 584-600.
- Dagnino G.B., Le Roy F. et Yami S. (2007). « La dynamique des stratégies de coopération », *Revue Française de Gestion*, vol. 33, n° 176, 87-98.
- Di Maggio P. (1988), « Interest and agency in institutional theory ». In Zucker L.G. (Ed.), *Institutional patterns and organization culture and environment*, Ballinger Publishing Co, Cambridge (MA), pp. 3-21.
- Eymas F. et Bensebaa F. (2019), « Quand le déplacement du niveau d’analyse permet de redessiner les contours de l’unité d’analyse d’usage d’un champ théorique : un exemple dans le cadre de la dynamique concurrentielle », communication à la XVIII<sup>ème</sup> conférence annuelle de l’AIMS, Dakar, 11-14 juin : <https://www.strategie-aims.com/events/conferences/30-xxviiieme-conference-de-l-aims/communications/5207-quand-le-deplacement-du-niveau-danalyse-permet-de-redessiner-les-contours-de-lunite-danalyse-dusage-dun-champ-theorique-un-exemple-dans-le-cadre-de-la-dynamique-concurrentielle/download>.
- Ferrier W.J., Smith K.G. et Grimm C.M. (1999). « The role of competitive action in market share erosion and industry », *Academy of Management Journal*, vol. 42, n° 4, 372-388.
- Gnyawali D.R. et Madhavan R. (2001). « Cooperative networks and competitive networks and competitive dynamics : a structural embeddedness perspective », *Academy of Management Review*, vol. 26, n° 3, 431-445.
- Gnyawali D.R., Weiguo F. et Penner J. (2010). « Competitive actions and dynamics in the Digital Age : an empirical investigation of social networking firms », *Information System Research*, vol. 21, n° 3, 594-613.
- Hani M. et Bensebaa F. (2019). « Perversité de la centralité et de la diversité au sein d’un réseau d’alliances : le cas d’un secteur automobile mondial », *Finance Contrôle Stratégie*, vol. 22, n° 2/3, 1-20.
- Harris H. (2012). « Coping with competition : cooperation and collusion in the US stove industry, c.1870-1930 », *The Business History Review*, vol. 86, n° 4, 657-692.
- Klein K., Semrau T., Albers S. et Zajac E.J. (2020). « Multimarket coopetition : how the interplay of competition and cooperation affects entry into shared markets », *Long Range Planning*, vol. 53, n° 1, 101868.
- Koch T. et Windsperger J. (2017). « Seeing through the network : competitive advantage in the digital economy », *Journal of Organization Design*, vol. 6, n° 1, 1-30.
- Le Roy F. et Czakon W. (2016). *Managing coopetition : the missing link between strategy and performance* », *Industrial Marketing Management*, vol. 53, n° 1, 3-6.
- Mira B. et Le Roy F. (2018). « Looking for the historical origins of coopetition : back to Antique Romans traders », communication à la XVII<sup>ème</sup> conférence annuelle de l’AIMS, 6-8 juin, Montpellier : <https://www.strategie-aims.com/events/conferences/29-xxviieme-conference-de-l-aims/communications/5021-looking-for-the-historical-origins-of-coopetition-back-to-antique-romans-traders/download>.

- Parmar B.L., Freeman R.E., Harrison J.S., Wicks A.C., Purnell L. et De Colle S. (2010). « Stakeholder theory : the state of the art », *The Academy of Management Annals*, vol. 4, n° 1, 403-445.
- Porac J.F., Thomas H. et Baden-Fuller C. (1989). « Competitive groups as cognitive communities : the case of Scottish knitwear manufacturers », *Journal of Management Studies*, vol. 26, n° 4, 397-416.
- Sanou F.H., Le Roy F. et Gnyawali D.R. (2016). « How does centrality in cooperation networks matter ? An empirical investigation in the mobile telephone industry », *British Journal of Management*, vol. 27, n° 1, 143-160.
- Smith K.G., Grimm C.M. et Gannon M.J. (1992). *Dynamics of competitive strategy*, Sage Publications, Londres.
- Suckman M.C. (1995). « Managing legitimacy : strategic and institutional approaches », *Academy of Management Review*, vol. 20, n° 3, 571-610.
- Venkataraman S., Chen M.J. et MacMillan I.C. (1997). « Anticipating reactions : factors that shape competition responses ». In Day G.S., Reibstein D.J. et Gunther R.E. (Eds.), *Wharton on dynamic competitive strategy*, Wiley et Sons, New York (NY), pp. 98-219.

### Dates à retenir

- 31 mai 2020** : envoi des intentions de communication (1 page maximum)
- 05 juin 2020** : envoi des réponses d'acceptation aux auteurs
- 30 juin 2020** : envoi des résumés étendus de la communication (4 à 5 pages maximum)
- 16 juillet 2020** : envoi des évaluations aux auteurs des communications retenues
- 10 septembre 2020** : journée d'études « Actualités dynamique concurrentielle »

Les intentions de communication ainsi que les résumés étendus sont à envoyer à l'adresse suivante : [dynamique-concurrentielle@univ-paris8.fr](mailto:dynamique-concurrentielle@univ-paris8.fr)

### Comité scientifique

- Aliouat Boualem PR, IAE Nice, Université Côte d'Azur
- Amine Abdelmajid, PR, IAE Gustave Eiffel, Université Paris-Est Créteil
- Demil Benoît, PR, IAE Lille, Université de Lille
- Desrumeaux Alain, PR, IAE Lille, Université de Lille
- Le Goff Joan, PR, IAE Gustave Eiffel, Université Paris-Est Créteil
- Le Roy Frédéric, PR, Montpellier Management, Université de Montpellier
- Messeghem Karim, PR, Montpellier Management, Université de Montpellier
- Paché Gilles, PR, Aix-Marseille Université
- Pesqueux Yvon, PR, Cnam Paris
- Pezet Eric, PR, Université Paris Nanterre
- Smida Ali, PR, Université Sorbonne Paris Nord
- Vandangeon-Derumez Isabelle, MCF/HDR, Université Paris-Est Créteil
- Yami Saïd, PR, IAE Lille, Université de Lille

### Comité d'organisation

- Agulhon Sophie, MCF
- Bensebaa Faouzi, PR
- Eymas Fabien, Dr
- Hani Mouhoub, MCF
- Lévy Thierry, MCF/HDR
- Milano Patricia, MCF

Pour toute question logistique : [fabien.eymas@gmail.com](mailto:fabien.eymas@gmail.com) et [sophie.agulhon@univ-paris8.fr](mailto:sophie.agulhon@univ-paris8.fr)