



**AIMS**  
Association Internationale  
de Management Stratégique



## **APPEL A COMMUNICATIONS**

Onzièmes journées du Groupe Thématique Innovation de l'AIMS

**« La face cachée de l'innovation »**

Lyon, iaelyon, du 25 au 26 mars 2021

Pollution, surconsommation, exclusion, substitution de l'homme par la machine, surveillance généralisée, disparition de savoir-faire, frustration, échec ... Alors que dans l'imaginaire collectif (politique, académique et citoyen), l'innovation est souvent associée à l'idée de progrès, les exemples de ses dérives se multiplient et alertent quant aux dangers d'une appréhension exclusivement positive et enthousiaste de ce phénomène. Ces onzièmes journées du GT innovation de l'AIMS, proposent dès lors de mettre à l'épreuve et de déconstruire le « totem » innovation pour révéler son côté sombre et ses tabous, interroger les sous-jacents de son apparente réification et mettre en lumière ses oubliés et ses impensés.

Les conséquences dommageables et inavouables, délibérées ou non, de certaines innovations sont de plus en plus documentées. Ainsi, l'avènement des trolls de brevets (Pohlmann et Orpitz, 2013 ; Leiponen et Delcamp, 2019) qui détournent les brevets d'invention non pas pour protéger leur innovation mais pour extorquer de l'argent à de prétendus contrefacteurs, la formulation d'algorithmes de l'intelligence artificielle qui perpétuent le racisme et le sexisme (Zou et Schiebinger 2018 ; Didier et al., 2015), la sous-traitance à une foule sous-rémunérée de tâches toujours plus nombreuses (Wood et al. 2018) , la surconsommation générée par la création de site de ventes en ligne de vêtements d'occasion (Parguel et al., 2017), la surveillance généralisée autorisée par les systèmes de notation décentralisées sur les plateformes de l'économie collaborative (Chan, 2019) pour ne citer que quelques exemples, invitent à poursuivre les réflexions entamées par Dolan et Metcalfe (2012) quant au lien (réalisé ou non) entre innovation et bien être subjectif, et plus généralement à nous pencher sur les dérives (organisationnelles et stratégiques) de l'innovation. En effet, en dépit du supplément de démocratie qu'elle pourrait permettre, il semble, au contraire, que l'innovation ne remette dans les faits que peu en cause les relations de pouvoir antérieures au sein des (mais aussi entre) organisations, voire qu'elle renforce les asymétries (Curchod et al., 2019), interrogeant alors sur la dimension performative de l'innovation.

Au moment même où le transhumanisme attire de plus en plus de fonds et d'intérêt, matérialisant notre quête de longévité, que nous révèle cette course effrénée à l'innovation quant au rapport des organisations et des stratèges au temps, au passé et à l'avenir? Peut-on faire l'économie d'une réflexion quant à sa relation à la morale? Peut-on imaginer une créativité malveillante (Gill et al., 2013)? Dès les origines l'innovateur social était le déviant qu'il fallait chasser de la communauté (Godin et Vinck, 2017) car il mettait en danger les rites. Faut-il alors penser une éthique de l'innovation, comme en appelle de ses vœux (Pavie, 2018)? Doit-on lui penser une finalité sociétale (cruelle absente de la définition de l'innovation présentée dans le manuel d'Oslo) pour pouvoir réconcilier innovation et progrès?

Derrière cette recherche répétée de nouveauté à tous prix, les échecs de l'innovation sont eux aussi souvent passés sous silence. Alors que Van de Ven insistait sur les bienfaits du processus d'essai/erreur en matière d'innovation et de changement, cette idée a été reprise et poussée à son paroxysme dans les démarches d'entrepreneuriat agile (qui encouragent à se confronter le plus rapidement au marché pour pouvoir abandonner des projets peu pertinents au plus vite). Dans cette logique, les échecs, les erreurs, les tentatives d'innovation avortées semblent être vécues et gérées sereinement par les organisations et les équipes qui les expérimentent. Pourtant certains travaux sur l'innovation ouverte notamment alertent quant aux frustrations consécutives au crowdsourcing d'idées (certains refus pouvant néanmoins se révéler intéressants, Piezunka et Dahlander, 2019) et plus généralement quant aux côtés sombres de la co-création (Gebauer et al., 2013). D'autres (Altintas et Royer, 2009) laissent entrevoir que les échecs ne sont pas si anodins dans la vie et la survie de organisations et appellent à de nouvelles études sur la place de l'échec dans les processus, les stratégies et les pratiques d'innovation.

Semblant faire fi de ces conséquences sociétales inquiétantes, les organisations continuent de renouveler leurs gammes de produits/services, et/ou leurs modèles d'affaires, à un rythme toujours plus effréné, l'accélération de cette obsolescence donnant parfois naissance à une curieuse réinvention du passé. Cannarella et Piccioni (2011) mobilisent le néologisme traditiovation pour en rendre compte, alors que Kroezen et Heugens (2018) parlent de régénération institutionnelle. Tous ces travaux posent alors non seulement la question de la mémoire (et de l'oubli) au sein des organisations innovantes, mais aussi celle de la construction spatio-temporelle de la notion de nouveauté (centrale dans l'innovation mais trop souvent supposée plus qu'elle n'est démontrée).

Cet excès d'enthousiasme impose aussi aux créatifs de toujours et encore se renouveler. Désormais la question devient celle de la routinisation des activités créatives, alors que Schumpeter déjà alertait quant aux dangers d'une innovation routinisée. Dans ces nouveaux contextes, le génie créatif semble intarissable sous réserve d'être orchestré dans un contexte organisationnel adapté. Quid cependant de l'origine du génie créatif et de ses excipients éventuels : le processus créatif en entreprise en est-il préservé (contrairement à celui des artistes, Izraj et al., 2017)?

Au-delà des frontières organisationnelles, l'innovation vient également bousculer les institutions en place (Berkowitz et Souchaud, 2018 ; Fressoli et al., 2014). Qu'en est-il alors des difficultés et mécanismes sous-jacents à cet entrepreneuriat institutionnel? Quid aussi de l'innovation dans les industries pour lesquelles la valeur réside précisément dans le respect de savoir-faire traditionnels, telles que la gastronomie, la haute couture ou encore l'opéra (Tremblay, 2004)? L'innovation prend-elle alors appui sur les connaissances et les capacités

dynamiques construites par la tradition (Irmak et al, 2019), ou au contraire vient-elle fragiliser les savoirs ancestraux ? Comment concilier institution, tradition et innovation, et passer de « l'opposition à la complémentarité » (Anido Freire, 2018) ? Plus largement, peut-on refuser l'innovation ? Comment et pourquoi ?

Ainsi, on reproche (*a posteriori*) à certaines organisations de ne pas avoir su être visionnaires et preneuses de risque, et d'avoir refusé l'innovation de rupture qui s'offrait à elles, alors même que cette décision représentait bel et bien un choix rationnel, compte tenu de leur business model en place. Mais alors ne peut-on pas réfléchir à des outils de gestion, de pilotage et de prise de décision favorables à la rupture (van Bracht, 2019) ? Notre vision incomplète du phénomène d'innovation s'explique-t-elle (au moins pour partie) par la pauvreté des outils de mesure à la disposition des chercheurs et des praticiens pour en rendre compte, ce qui conduit trop souvent à surévaluer les innovations technologiques. Doit-on imaginer de nouvelles mesures/méthodologies pour élargir notre vision (des côtés sombres mais aussi brillants de l'innovation) ? En interrogeant la fabrique de l'innovation et ses présupposés, nous pourrions alors questionner sa réification.

A l'opposé, de nombreux espaces organisationnels formels ou informels restent sous médiatisés en termes d'innovation, alors même que de plus en plus d'initiatives collectives populaires se développent. Si une large littérature s'est développée autour des communautés, tous ces collectifs opèrent-ils selon ce modèle ? Ainsi que peut-on apprendre des innovations développées au sein d'entreprises coopératives (Capelli et al., 2016) ou plus largement dans l'économie sociale et solidaire ? Que nous enseigne l'innovation à l'œuvre dans les universités d'ici ou d'ailleurs (à l'image des iCTP brésiliens, Leca et al., 2014). Si désormais le credo du frugalisme se diffuse au-delà des économies émergentes et régit également les processus d'innovation des entreprises industrielles européennes (Micaelli et al ; 2016), il est aussi décrié (Meagher, 2018) et les pratiques innovantes à l'œuvre au sein de communautés démunies n'ont sûrement pas révélé tout leur potentiel. Que nous apprennent celles qui se développent de façon souterraine, mais avec un accord officieux de la direction (Bubenzer et Stephan, 2019) ou que l'on médiatise moins car elles ne relèvent pas de la sphère économique (au sein des communautés religieuses par exemple), ou qu'elles se développent dans des industries « taboues » (Andebrand et Barros, 2018) ? Explorer l'invisible et révéler de nouveaux territoires de l'innovation semble aujourd'hui un autre enjeu du management stratégique et organisationnel de l'innovation.

Finalement, éclairer les dérives de l'innovation et reconnaître que l'innovation peut être la source de conséquences plus ou moins dommageables (au sein des organisations et plus largement de leur écosystème, Salge et al (2013)), semble un pré-requis indispensable pour pouvoir penser des modèles organisationnels propices à une innovation inclusive et soutenable. Mais cette première étape ne peut se faire sans s'accompagner de la découverte et de l'étude de contextes organisationnels jusqu'à présent oubliés par la littérature, alors même que potentiellement sources de renouvellement de la pensée managériale et stratégique sur l'innovation.

Dans ce contexte, les onzièmes journées du GT Innovation de l'AIMS invitent la communauté scientifique en sciences de gestion (et au-delà) à interroger plus avant l'innovation, en se penchant non seulement sur ce que l'on ne voulait pas voir jusqu'à présent, mais aussi sur ce

que l'on ne pouvait voir. Ce faisant nous espérons éclairer les conditions organisationnelles d'une innovation délibérément responsable.

Les travaux présentés lors de ces journées pourront ainsi s'articuler autour des thématiques suivantes (même si elles ne constituent aucunement une liste exhaustive des sujets qui pourront être traités) :

- Les dérives de l'innovation
- Lobbying et innovation
- Les mesures de l'innovation : limites, dangers, performativité, renouveau
- Processus et pratiques d'innovation dans les organisations informelles
- Tradition et innovation
- Mémoire, oubli et nouveauté
- Innovation, morale et éthique
- Echec et innovation
- Innovation ouverte ou guerre ouverte ?
- Dans le(s) secret(s) de l'innovation

### **Procédure de soumission**

La sélection des communications se fera sur la base d'un **résumé étendu**. Les résumés soumis devront suivre le modèle suivant :

- 1) contexte, problématique et intérêt de la recherche ;
- 2) cadre théorique de la recherche, positionnement par rapport à la littérature existante ;
- 3) méthodologie de la recherche ;
- 4) résultats envisagés et contributions potentielles.

Les intentions de communication feront **2500 mots maximum** (bibliographie comprise), présentées en double interligne, justifié, Police Times New Roman, 12. Elles devront être anonymes à l'exception de la première page qui doit comporter :

- le titre de la communication,
- les auteurs et leurs affiliations, ainsi que leurs emails,
- un court résumé (150 mots maximum)
- les mots-clés (5 maximum).

### **Numéro thématique**

Un numéro thématique de revue classée FNEGE et CNRS est envisagé (avec un appel à communications qui ouvrirait fin 2020) pour valoriser les travaux présentés lors de ces journées. Le comité d'organisation vous informera de la progression de ce dossier au plus vite.

### **Calendrier**

Date limite de soumission des résumés étendus : **30 novembre 2020**

- Le retour des avis du Comité Scientifique aux communicants se fera début **janvier 2021**
- L'inscription aux journées devra être faite avant le **22 février 2021**
- La version finale de la communication devra être envoyée pour le **1<sup>er</sup> mars 2021**
- Les résumés et les versions finales sont à envoyer par courriel à l'adresse suivante :  
[caroline.hussler@univ-lyon3.fr](mailto:caroline.hussler@univ-lyon3.fr)

### **Frais d'inscription**

Les frais d'inscription sont de 60 euros par participant. L'adhésion à l'AIMS est requise pour bénéficier de ce tarif. Ces frais couvrent les déjeuners du 25 et du 26 mars et les pauses café.

- Un dîner sera organisé le 25 au soir, non compris dans ces frais.
- Pour les non adhérents à l'AIMS, il faut y ajouter l'adhésion à l'association (30€- 15 €pour les doctorants) voir <http://www.strategie-aims.com/adherents/adhesion-aims/>

### **Comité d'organisation**

Caroline HUSSLER, iaelyon, Magellan, Université de Lyon

Camille De BOVIS, iaelyon, Magellan, Université de Lyon

Julie FABBRI, emlyon business school, centre de recherche en gestion de l'école polytechnique, (i3-CRG)

Jean Pierre MICAELLI, iaelyon, Magellan, Université de Lyon

David VALLAT, Sciences Po Lyon, Magellan, Université de Lyon

### **Comité scientifique**

Nicolas Auboin, Paris School of Business ; Amel Attour, Université Côte d'Azur ; Cécile Ayerbe, Université de Nice Sophia Antipolis ; Jamal Azzam, Toulouse School of Management ; Pierre-Jean Barlatier, EDHEC Nice ; Pierre Barbaroux, Centre de Recherche de l'Armée de l'Air ; Florence Bazzaro, Université de Technologie de Belfort-Montbéliard ; Sihem Ben Mahmoud-Jouini, HEC ; Anne Berthinier Poncet, Cnam ; Rachel Bocquet, Université Savoie Mont Blanc ; Sébastien Brion, Cret-Log, Aix-Marseille Université ; Thierry Burger-Helmchem, BETA-Université de Strasbourg ; Ignasi Capdevila, Paris School of Business ; Valérie Caraguel, Aix-Marseille Université ; Xavier Castaner, HEC Lausanne ; Luciana Castro Goncalves, ESIEE Paris ; Florence Charue-Duboc, Ecole Polytechnique ; Vincent Chauvet, Université de Toulon-Var ; Patrick Cohendet, HEC Montréal ; Pascal Corbel, Université Paris Sud ; Florence Crespín-Mazet, Kedge Business School ; Albert David, Paris-Dauphine ; Camille de Bovis, Université Lyon 3 ; Thomas Durand, CNAM ; Julie Fabbri, EM Lyon ; Marc Fréchet, Université de St- Étienne ; Romain Gandia, Université Savoie Mont Blanc ; Gilles Garel, CNAM ; Lise Gastaldi, LEST, Université Aix-Marseille ; Karine Goglio-Primard, Kedge Business School ; Anne Gratacap, Ecole de Management de la Sorbonne ; Michel Ferrary, Université de Genève ; Caroline Hussler, Université de Lyon 3 ; Rym Ibrahim, CERAM, Aix-Marseille ; Marc Ingham, ESC Dijon ; Thierry Isckia, Institut Mines-Télécom Business School ; Gilles Lambert, EMS Strasbourg ; Blandine Laperche, ISI-Université du Littoral Côte d'Opale ; Christian Le Bas, Université Catholique de Lyon ; Séverine Le Loarne, Grenoble Ecole de Management ; Sandrine Le Pontois, Université Saint-Etienne ; Pascal Lièvre, Université

d'Auvergne, ESC Clermont ; Thomas Loilier, Université de Caen ; Magali Malherbe, Université de Caen ; Maxime Mellard, Université Grenoble Alpes ; Ariel Mendez, LEST-Université Aix Marseille ; Valérie Mérindol, PSB-Paris School of Business ; Jean-Pierre Micaelli, Université Lyon 3 ; Liliana Mitkova, Université Paris Est Marne-la-Vallée ; Caroline Mothe, Université Savoie Mont Blanc ; Paul Muller, BETA, Université de Lorraine ; Thomas Paris, CNRS-GREG-HEC ; Guy Parmentier, Université Grenoble Alpes ; Julien Penin, BETA-Université de Strasbourg ; Thierry Rayna, CRG, Ecole Polytechnique ; Damien Richard, INSEEC, Lyon ; Anne Rollet, Aix-Marseille Université ; Isabelle Royer, Université de Lyon 3 ; Emilie Ruiz, BETA-Université de Strasbourg ; Karine Samuel, Institut d'ingénierie Université Grenoble Alpes ; Véronique Schaeffer, BETA-Université de Strasbourg ; Eric Schenk, BETA-INSA Strasbourg ; Fanny Simon-Lee, Université de Rouen ; Raphael Suire, Université de Nantes ; Berangère Szostak, BETA-Université de Lorraine ; Damien Talbot, Université d'Auvergne Clermont-Ferrand ; Caroline Tarillon, Université Grenoble Alpes ; Albéric Tellier, Université Paris Dauphine ; David Vallat, SciencesPo Lyon.

## Bibliographie

Altintas G, Isabelle Royer (2009), Renforcement de la résilience par un apprentissage post-crise: une étude longitudinale sur deux périodes de turbulence, *M@ n@ gement*, 4 (Vol. 12), pages 266 à 293

Andebrand Luc et Marcos Barros (2018), All Equal in Death? Fighting inequality in the contemporary funeral industry, *Organization Studies*, 39(9).

Anido Freire, Naiade (2018), *Tradition et innovation. De l'opposition à la complémentarité, L'esprit économique*, Paris l'Harmattan, 332p.

Berkowitz, Heloise, A. Souchaud, (2018), Stratégies de conquête d'un nouvel espace de marché : la structuration du crowdlending, *Gérer et Comprendre*, vol. 1, no. 131, pp. 7–19

Bubbenzer, P., Stephan, A. (2019) Ex tenebris: Challenges and strategies for surfacing and reintegrating secret innovation projects, *Academy of Management Proceedings*

Cannarella C, V Piccioni (2011), Traditiovations: Creating innovation from the past and antique techniques for rural areas, *Technovation*, Volume 31, Issue 12, , Pages 689-699

Capelli Sonia, Alice Falchi, Caroline Hussler et William Sabadie (2016), Co-innover avec ses consommateurs : oui, mais lesquels ? De l'intérêt d'impliquer les consommateurs-membres dans le processus d'innovation des entreprises coopératives, *Gestion 2000* , 4 (Volume 33), pages 117 à 141

Chan, N. K. (2019). The rating game: The discipline of uber's user-generated ratings. *Surveillance and Society*, 17(1–2), 183–190. <https://doi.org/10.24908/ss.v17i1/2.12911>

Curchod et al., , C., Patriotta, G., Cohen, L., & Neysen, N. (2019). Working for an Algorithm: Power Asymmetries and Agency in Online Work Settings. *Administrative Science Quarterly*, 000183921986702. <https://doi.org/10.1177/0001839219867024>

Dolan P, R Metcalfe (2012), The relationship between innovation and subjective wellbeing, *Research Policy*, Volume 41, Issue 8, Pages 1489-1498

Fressoli, Mariano, Arond, Elisa, Abrol, Dinesh, Smith, Adrian, Ely, Adrian and Dias, Rafael (2014), When grassroots innovation movements encounter mainstream institutions:

implications for models of inclusive innovation. *Innovation and Development*, 4 (2). pp. 277-292.

Gebauer Johannes, Johann Füller, Roland Pezzeri (2013), The dark and the bright side of co-creation: Triggers of member behavior in online innovation communities, *Journal of Business Research*, 66(9) 1516-1527.

Gill Paul , John Horgan, Samuel T. Hunter , Lily D. Cushenbery (2013) Malevolent Creativity in Terrorist Organizations, *Journal of Creative Behaviour*, 47(2), 125-151.

Godin Benoît and Dominique Vinck (2017), *Critical Studies of Innovation , Alternative Approaches to the Pro-Innovation Bias*, Edvard Elgar.

Irmak Erdogan, Emanuela Rondi, Alfredo De Massis, (2019), Managing the Tradition and Innovation Paradox in Family Firms: A Family Imprinting Perspective, *Entrepreneurship in Theory and Practice*, Volume: 44 issue: 1, page(s): 20-54

*International Journal of Mental Health and Addiction*, Volume 15, Issue 5, pp 1135–1149  
Kroezen Jochem J. and Pursey P. M. A. R. Heugens (2018), What Is Dead May Never Die: Institutional Regeneration through Logic Reemergence in Dutch Beer Brewing, *Administrative Science Quarterly*, 201864:4, 976-1019

Leiponen Aija and Henry Delcamp, (2019) The anatomy of a troll: Patent licensing business models in the light of patent reassignment data, *Research Policy*, 48, 1, (298-311)

Meagher Kate, (2018) Cannibalizing the Informal Economy: Frugal Innovation and Economic Inclusion in Africa, *The European Journal of Development Research*, vol. 30(1), pages 17-33.

Micaëlli Jean-Pierre, Joëlle Forest, Eric Bonjour et Dominique Loise (2016), Frugal innovation or frugal renovation: how can western designers adopt frugal engineering? , *Journal of Innovation Economics & Management* (n°21), pages 39 à 56

Parguel B, R Lunardo, F Benoit-Moreau (2017), Sustainability of the sharing economy in question: When second-hand peer-to-peer platforms stimulate indulgent consumption, *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 125, Pages 48-57

Pavie Xavier, (2018), *L'innovation à l'épreuve de la philosophie*, PUF, 396p.

Piezunka H and Dahlander (2019), Idea rejected, tie formed: Organization feedbacks on crowdsourced ideas, *Academy of Management Journal*, 62(2).

Pohlmann, T.; Opitz, M. (2013) Typology of the Patent Troll Business, *R&D Management*, Volume 43, Issue 2, pages 103–120,

Salge Torsten Oliver, Erk Peter Piening and Nils Foege (2013), Exploring the Dark Side of Innovation Collaboration: A Resource-Based Perspective, *Academy of Management Proceedings*

Tremblay Johanne, (2004), Klaus Zehelein and the Stuttgart State Opera: When Tradition and Innovation Go Hand in Hand, *International Journal of Arts Management*; Vol. 6, N° 3, 60-67.

van Bracht Ruth (2019), Making Sense of Disruptive Technologies in Established Firms: The Case of Additive Manufacturing, *Academy of Management proceedings*

Wood Alex J, Mark Graham, Vili Lehdonvirta Good Gig, Bad Gig: Autonomy and Algorithmic Control in the Global Gig Economy , *Work, Employment and Society*,

Zou J and L Schiebinger (2018), AI can be sexist and racist—it's time to make it fair, *Nature*, *Nature* 559, 324-326