

STAIMS 5 : Diplomatie(s) stratégiques

Session Thématique organisée sous l'égide du Groupe Thématique de l'AIMS « Diplomatie(s) stratégiques »

Responsables

Philippe Very, EDHEC

philippe.very@edhec.edu

Stéphanie Dameron, Université Paris-Dauphine

stephanie.dameron@dauphine.fr

Mourad Attarça, Université de Versailles Saint Quentin

mourad.attarca@uvsq.fr

Norbert Lebrument, Université d'Auvergne

norbert.lebrument@wanadoo.fr

Mots-clés : réseaux, négociation, information, intelligence économique, veille, lobbying

Appel à communications

La performance de l'entreprise, quelle que soit sa nature, repose non seulement sur la mise en œuvre d'une stratégie concurrentielle appropriée au contexte environnemental, mais aussi sur sa capacité à connaître intimement et à négocier avec cet environnement pour créer, gérer et protéger ses actifs stratégiques. Les investissements, notamment de la part des grandes entreprises, dans l'intelligence économique, le lobbying, la sécurité ou encore les affaires publiques en témoignent.

Ainsi, l'identification, la maîtrise et la protection de l'information stratégique deviennent des activités centrales dans le management stratégique des organisations. Elles nécessitent de mobiliser des réseaux informels ou formels, internes ou externes, publics ou privés, dans une optique proactive ou adaptative à un environnement concurrentiel et institutionnel de plus en plus incertain. Elles trouvent une acuité nouvelle dans un monde multipolaire, où les affaires économiques s'imbriquent plus que jamais dans des relations complexes de coopération et de coopération, dans des sociétés régies par la disponibilité et la circulation toujours croissante de l'information, et où se développent des modèles d'affaires plus immatériels, recomposés, intégrant des acteurs économiques certes, mais également politiques dans le sens large du terme.

De même, les stratégies de négociation / confrontation avec les parties prenantes socio-politiques, au premier rang desquelles les pouvoirs publics, mais aussi les ONG ou les organisations professionnelles, constituent désormais un levier majeur dans le développement stratégique des entreprises. En raison de cette extension de la réflexion sur l'espace stratégique pertinent, la notion de parties prenantes se recompose et intègre toute forme d'acteurs impactant la survie et le développement de l'entreprise. Dans ce contexte, si la stratégie consiste certes à travailler aux grandes opérations de croissance, de recentrage ou de positionnement, elle résulte également de phénomènes plus émergents, souhaités ou subis, basés

sur une connaissance intime des besoins, des attentes et des agissements de ces parties prenantes.

C'est la construction, la coordination, la protection et l'utilisation de cette connaissance intime des relations avec les parties prenantes que nous nous proposons d'étudier à travers le concept de " diplomatie stratégique ". Le choix du vocable " diplomatie " repose sur sa définition générique où diplomatie est définie comme le tact, doigté dans les relations et négociations avec autrui, reflétant ainsi une compétence liée à la mobilisation et la gestion de ses réseaux de différentes natures. Par diplomatie stratégique, nous entendons la capacité de type politique ou relationnelle, s'appuyant sur la mobilisation de réseaux internes et/ou externes, ou sur la négociation avec ces réseaux, dans le but d'anticiper et agir pour développer et sauvegarder les actifs stratégiques de l'entreprise. La notion de " diplomatie stratégique " invite ainsi à l'extension de l'espace stratégique pertinent de l'entreprise, vers des zones non économiques, plus politiques ou sociétales, et à une vision renouvelée de l'organisation en réseau.

Les contributions à cette session thématique pourront ainsi porter sur :

- Les modalités d'organisation des activités de " diplomatie stratégique " : quelles actions d'influence sont menées ? Au près de quels acteurs ou institutions s'exercent les activités d'influence ? Pour quels types de résultats ?
- L'articulation entre les activités de diplomatie stratégique des organisations et leurs choix de positionnement sur les marchés ou de développement stratégique ;
- La place et les fonctions des réseaux d'influence, internes et externes, des organisations dans la conquête, la protection ou la transformation d'un marché ;
- Les modalités par lesquelles les organisations, dans des écosystèmes collaboratifs, partagent et protègent le capital immatériel sur lequel reposent leurs actifs stratégiques ;
- Les processus de détection et de traitements des signaux faibles qui préfigurent des changements de l'environnement ou des menaces de prédation de valeur ;
- Le rôle joué par les managers dans le traitement des informations utiles à la décision stratégique et les modes de coordination de la circulation de cette information dans les organisations ;
- Les compétences des managers dans la maîtrise de la diplomatie stratégique ; quelles sont les différentes figures incarnant les " diplomates " d'entreprise ?
- Les structures organisationnelles (processus, procédures...) mises en place ainsi que les ressources mobilisées par les entreprises pour prendre en charge les activités de " diplomatie stratégique " et développer leur capacité de négociation politique.

L'organisation de la cette STAIMS s'inscrit dans le cadre des activités du groupe thématique « Diplomaties stratégiques ». Le groupe souhaite ainsi favoriser les productions académiques dans ce champ de recherche par nature transversal et multi-disciplinaire (sciences de gestion, sciences politiques, droit, sociologie, économie, etc.). Tous les types de contributions académiques sont attendus : contributions à caractère théorique ou conceptuel, revues de littérature problématisées, études de cas, études empiriques, etc. La publication d'un ouvrage et/ou d'un numéro spécial au sein d'une revue académique à l'issue de la conférence est envisagée.

Références

Bournois F., Romani P.J., (2000), *L'intelligence économique et stratégique dans les entreprises françaises*, Editions Economica, Paris

Chari, R., Hogan, J., Murphy, G. (2010), *Regulating Lobbying: A Global Comparison*, Manchester Edition.

De Beaufort V., (2008), *Lobbying : portraits croisés*, Editions Autrement, 280 p.

Demortain., D. (2005), « Le lobbying à Bruxelles, ou la politisation comme métier (observation) », *Terrains & travaux*, n°8 [2005], p. 34-52

Epstein E.M. (1969), *The Corporation in American Politics*, Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs

Graziano, L. (2001), *Lobbying, Pluralism and Democracy*, Palgrave Macmillan, 268 p.

Harbulot C., Baumard P., (1997), *Perspective historique de l'intelligence économique*, *Revue Intelligence Economique*, No 1.

Hillman A., Hitt M. (1999), « Corporate Political Strategy Formulation: a Model of Approach, Participation and Strategy Decisions », *Academy of Management Review*, vol. 24, p. 825-842.

Lascoumes, P., Lorrain, D., (2007), « Trous noirs du pouvoir. Les intermédiaires de l'action publique », *Sociologie du travail*, n° 49, pp. 1-9

Lebrument N. (2012), *Intelligence économique et management stratégique - Le cas des pratiques d'intelligence économique des PME*, Editions L'Harmattan, Paris

Lucas D., (dir.) (2012), *Les diplomates d'entreprise : pouvoir, réseaux, influence*, Choiseul éditions, 236 p.

McGrath C., (2005), *Lobbying in Washington, London, And Brussels: The Persuasive Communication of Political Issues*, The Edwin Mellen Press, 365 p.

Pons N. (2012), *La corruption des élites*, Odile Jacob, 247 p.

Sachet-Milliat A. (2010), « Les dérives éthiques des stratégies politiques des firmes », *Management et Avenir*, n°33 mars 2010, pp.325-345.

Saner R., Yiu L., Sondergaard M. (2000), « Business diplomacy management: a core competency for global companies », *Academy of Management Executive*, vol 14, n° 1, p. 80-92.

Wilensky H.L., (1967), *Organizational Intelligence : Knowledge and Policy in government and industry*, Basic Books, Inc., Publishers, New-York / London