

## Appel à communications STAIMS

### STAIMS 2 : Diplomatie stratégique

#### RESPONSABLES

**Stéphanie Dameron** (Université Paris Dauphine), [stephaniedameron@dauphine.fr](mailto:stephaniedameron@dauphine.fr)

**Philippe Very** (Edhec Business School), [philippe.very@edhec.edu](mailto:philippe.very@edhec.edu)

**Mourad Attarça** (Université Versailles Saint-Quentin), [mourad.attarca@uvsq.fr](mailto:mourad.attarca@uvsq.fr)

**Norbert Lebrument** (Université D'Auvergne), [norbert.lebrument@udamail.fr](mailto:norbert.lebrument@udamail.fr)

#### MOTS-CLES

Réseaux d'influence, Intelligence économique, Stratégie politique, Lobbying, Négociation

#### APPEL A COMMUNICATIONS

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 d'agir pour développer et préserver 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 communications présentées les années passées lors des précédentes STAIMS « diplomatie stratégique » à Rennes et Paris ont permis de souligner la diversité de ces diplomatie, quant à leur objectif et leur nature. Les objectifs sont à visée offensive ou défensive. Les diplomatie offensives cherchent à créer, développer des compétences et capacités, voire des activités économiques comme dans le cas d'AirBnB ou Uber, qui utilisent des stratégies politiques pour tenter de légitimer leur activité. Les diplomatie défensives visent à protéger des actifs stratégiques, voire des activités comme le font les sociétés de taxis traditionnelles.

En matière de nature, la diplomatie stratégique prend des formes multiples : intelligence économique, lobbying, relations publiques, communication, sécurisation...

Les sessions passées ont aussi interrogé l'évolution de ces pratiques, notamment sous l'influence de deux facteurs : le développement des technologies de l'information, qui modifie les réseaux formels et informels, internes et externes, de l'entreprise, et par conséquent l'exercice de la diplomatie ; le second phénomène, en partie lié au premier, concerne la multiplication des parties prenantes avec qui l'entreprise doit négocier : activistes, ONG, réseaux sociaux sur Internet. De nouveaux acteurs émergent vite et peuvent menacer l'entreprise, à l'instar du collectif « Sans Voix Paca » qui bloque l'entrée de Marineland Antibes en Mai 2015 en protestant contre la détention d'animaux en captivité.

Enfin, la littérature s'est peu penchée sur la coordination de la diplomatie avec la gestion des activités économiques. Ce territoire mériterait d'être exploré.

Les contributions à cette session thématique pourront ainsi porter sur :

- Comment les technologies de l'information modifient-elles les pratiques de diplomatie stratégique ? Incitent-elles à introduire des pratiques « agiles » ?
- Comment agir ou réagir face à l'irruption de parties prenantes non attendues ? La diplomatie stratégique est-elle un rempart efficace pour maintenir la continuité des affaires ?
- Quel rôle joue la diplomatie stratégique dans le développement des start-ups ? L'approche lean « start-up » par exemple s'intéresse essentiellement à la relation avec le client. D'autres talents diplomatiques favorisent-ils le développement ou la réussite de ces projets innovants ?
- Faut-il systématiquement coordonner la diplomatie à la gestion des activités économiques ? Si oui, comment ? Si non, quand faut-il coordonner ?

L'organisation de cette STAIMS s'inscrit dans le cadre des activités du groupe thématique « Diplomaties stratégiques ». Le groupe souhaite favoriser les productions académiques dans ce champ de recherche par nature transversal et multidisciplinaire (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 sur grands échantillons.

## REFERENCES

---

- 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.
- Dameron S. & Garreaud L. (2014), « De l'intelligence économique à l'intelligence stratégique ». In G. Nogatchewski & V. Perret pour Dauphine Recherche en Management (eds), *L'état des entreprises 2014*, collection Repères, La Découverte.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.