



APPEL A COMMUNICATIONS

1^{ère} JOURNEE INNOVATION & TRADITION

« Quelles pratiques innovantes pour valoriser les activités intenses en savoir-faire? »

<http://www.bem.edu/journee-innovation-et-tradition>

Organisée par :

L'Equipe de Recherche PME & Innovation de BEM – Bordeaux Management School

Le groupe thématique Créativité et Innovation de l'Institut de Recherche en Gestion IRG –
Université Paris Est

Et le CEREN, Groupe ESC Dijon Bourgogne

Avec le soutien de :

l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

Le 21 Septembre 2012 de 9h30 à 17h30

à BEM, 680 cours de la Libération - 33405 Talence

Contact : stephanie.petzold@bem.edu



L'Equipe de Recherche PME & Innovation de BEM, Bordeaux Management School, fédère une quinzaine de professeurs permanents autour de quatre axes de recherche : PME et écosystème d'innovation ; normes, management de la qualité et PME ; entrepreneuriat et intrapreneuriat ; management des PME en période de crise.

L'Institut de Recherche en Gestion IRG – Université Paris Est regroupe soixante dix enseignants chercheurs en management. L'un des axes de l'équipe concerne la thématique de la créativité et de l'innovation. Ce groupe de chercheurs étudie la structuration et la valorisation des activités créatives au sein de l'entreprise avec des problématiques transverses de GRH, de gestion de projet, de marketing et d'innovation.

Le Ceren, centre de recherche du Groupe ESC Dijon Bourgogne, rassemble une quarantaine d'enseignants chercheurs permanents autour de l'étude du processus de décision. Une de ses équipes, "Innovation, Cluster, Entrepreneuriat" (ICE) se consacre aux problématiques de l'entrepreneuriat et de l'innovation, des PME et de leur place dans des systèmes d'innovation.

LE THEME DE LA JOURNEE

Quelles pratiques innovantes pour valoriser les activités intenses en savoir-faire?

Les indicateurs classiques d'une « économie de la connaissance » comme les dépenses de Recherche et Développement ou le nombre de brevets sont particulièrement utilisés tant en France, qu'en Europe ou au niveau de l'OCDE car permettant des comparaisons internationales. Toutefois, ils ont plusieurs limites : toutes les innovations ne sont pas brevetées, les différences sectorielles dans l'usage des brevets sont très importantes, et enfin, toutes les inventions brevetées ne débouchent pas forcément sur une innovation.

Ainsi, ces indicateurs peinent-ils en particulier à s'appliquer à certaines activités dites traditionnelles (Foray, 2010) : qu'il suffise de penser aux artistes, aux artisans ou aux producteurs de produits locaux, de qualité, de terroir, de tradition, ou dits de « spécialités » : leurs savoirs sont indissociables d'un certain nombre de pratiques manuelles transmises, fondées sur des connaissances souvent peu formalisées, implicites, et difficilement transférables, et qui définissent des activités intenses en savoir-faire.

Dans ces domaines, les enjeux sont différents. D'une part, ils sont centrés sur la question de l'évaluation de « cette intelligence de la main », afin de conserver, capitaliser et transmettre une production locale et une adaptation à un environnement changeant. D'autre part, la reconnaissance de leur formidable potentiel d'innovation est malaisée : les innovations développées par ces secteurs d'activité sont souvent d'une autre nature, moins technologique, et d'une amplitude plus faible. On y retrouve des innovations marketing, organisationnelles, ou environnementales¹, qui font généralement l'objet de moins d'attention, ou du moins d'une attention plus récente, de la part des observateurs et des décideurs de l'innovation (Fonrouge,

¹ Ce type d'innovation a d'ailleurs été inséré dans la version 8 de CIS, l'enquête communautaire sur l'innovation

2008 ; von Tunzelmann et Acha, 2006). Pensons par exemple aux regroupements de producteurs que cela soit à des initiatives européennes, nationales ou locales au sein des dénominations (comme les IGP, AOP, etc.), des labels ou encore appellations.

Les géographes, les sociologues et les économistes se sont penchés sur ces objets d'étude dans une lecture par les territoires en mettant en avant les modes de coopération dans des réseaux plus ou moins globalisés et avec une attention soutenue sur les constructions de règles et de normes de qualité formant des oligopoles protecteurs (Longhi et Quéré, 1993 ; Torre, 2002 ; Fourcade, 2008). Certains historiens des affaires montrent que la mise en valeur du savoir faire passe par la constitution de musées d'entreprises, la communication sur les archives ou tout un ensemble d'ouvertures de l'entreprise vers les clients et les partenaires (Daumas 2006).

Pour leur part, les gestionnaires s'attachent à la conduite de ces organisations en se penchant sur leurs modes de gouvernance les plus innovants et adaptés aux stratégies de création, de protection, de capitalisation et de transmission de la valeur (Marchesnay, 2001 ; Polge, 2003, Loup et Rakotovahiny, 2010) ainsi que sur la façon de s'imposer commercialement (Carpenter et Petzold, 2010). Le savoir-faire, souvent forgé dans la durée trouve ainsi sa voie de valorisation entre tradition et innovation.

La notion de patrimoine étant au centre de ce type d'activités on pourra structurer les thématiques associées à la journée en fonction des stades de maturité, des modes de valorisation et de la plus ou moins grande intégration des acteurs de la filière à ces actions de valorisation.

Thème 1 : Les pratiques innovantes pour valoriser le savoir-faire en fonction du stade d'évolution de la firme

Émergence et création d'activités intensives en savoir-faire :

Comment créer une entreprise nouvelle fondée sur des apprentissages traditionnels ? De quelle manière attirer, former et valoriser ces savoirs ? Quels rôles ont la mise en place de dénominations, de labels, de normes ou d'appellations collectives ? Comment garder sa singularité dans un réseau collectif ? Comment construire une légitimité fondée sur la tradition alors qu'on est une nouvelle entreprise ?

Maintien et croissance d'activités intensives en savoir-faire :

Dans une économie qui valorise le durable, quelle part les activités traditionnelles peuvent-elles prendre ? Comment se regrouper et s'associer entre firmes moyennes ou plus grandes ? Y-a-t-il des « tailles critiques » et jusqu'où s'allier sans perdre sa singularité ?

Transmission, reprise ou cessation d'activités intensives en savoir-faire :

Quels modes d'évaluation au moment de la transmission ? Comment les organismes collectifs participent-ils au transfert ? Quels rôles joue l'appartenance aux appellations ? Existe-il des compétences particulières afin de réussir une transmission de savoirs spécialisés ?

Thème 2 : Les pratiques innovantes pour valoriser le savoir-faire en fonction du type de valorisation attendue

S'agit-il de mettre en valeur la marque, l'individu créateur et créatif, les artisans et artistes ? Comment évaluer une marque attachée à un individu ?

Est-il préférable de dissocier l'individu de l'outil de travail et des compétences collectives associées ? Comment évaluer les savoirs tacites lors par exemple d'une reprise ou d'une transmission ?

Les labels et autres appellations et modes de valorisations inter-organisationnels ne font-ils pas perdre la singularité de l'entreprise ? Comment en adaptant certains outillages ou méthodes à leurs activités singulières, des artisans réussissent-ils à cristalliser des nouveaux savoirs dans des objets ?

Comment transformer les savoir-faire artisanaux et traditionnels pour en faire des moteurs de développement économique ? La diffusion de masse est-elle souhaitable ? A quelles conditions ?

Quels rôles peuvent avoir les nouvelles technologies dans la formalisation, capitalisation, cristallisation de savoirs spécialisés ?

Thème 3 : Les pratiques innovantes pour valoriser le savoir-faire en fonction du destinataire de la valeur créée

Contrairement aux actifs corporels, les savoirs spécialisés se valorisent à l'usage. Leur évaluation est-elle la même pour tous les partenaires et les membres de la filière ?

Doit-on valoriser son savoir-faire de la même manière auprès de ses distributeurs, de ses fournisseurs, de ses prescripteurs, de ses financeurs ou de son client final ?

Les systèmes, structures et pratiques innovantes sont-elles les mêmes tout le long de la chaîne de valeur ?

Comment distinguer ces pratiques selon la cible ? Les dangers et limites liés au transfert d'informations lors des actions de valorisation présentent-ils les mêmes risques ? L'imitation voire la contrefaçon sont-elles des pratiques qui permettent d'enrichir, de maintenir ou de voir fuir son savoir-faire ?

Références bibliographiques

Carpenter, M. et Petzold, S. (2010), « La face cachée des labels – IGP et grande distribution, une analyse réseau du pruneau d'Agen », *Gérer et Comprendre*, n°101, septembre, p. 26-37

Daumas J.C. (2006) , dir., « *La Mémoire de l'industrie : de l'usine au patrimoine* », Besançon, PUFC, 2006, 424 p.

- Foray, D., (2010), *notes du Comité Colbert* 8p.
- Fonrouge, C., (2008), « Entrepreneuriat et innovations organisationnelles : pratiques et principes », *Revue française de gestion*, n° 185, p. 107-123
- Fourcade, C., (2008), « Des dynamiques territorialisées novatrices : le cas des PME agro-alimentaires », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, n°2, p. 193-210.
- Longhi C., Quere M., (1993), « Systèmes de production et d'innovation et dynamiques des territoires », *Revue Économique*, n° 4, juillet, p. 713-722.
- Loup S. et Rakotovahiny M.A. (2010) « Protection et valorisation de la créativité artisanale », *Management et Avenir*. 10 , N°40, p. 100-115
- Marchesnay, M., (2001), « Les PME de terroir : entre « geo » et « clio » stratégies », *Entreprises et histoire*, 28 (2001/2), p. 51-63
- Polge, M., (2003), « Petite entreprise et stratégie de terroir" », *Revue française de gestion*, 144 (2003/3), p. 181-193
- Torre A., (2002), « Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexion sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles », *Revue d'Économie Industrielle*, n° 100, 3e trimestre
- Von Tunzelmann, N., Acha V., (2006), Innovation in 'low-tech' industries., in J. Fagerberg D. Mowery and R. Nelson (eds.), *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford University Press: Oxford, p. 407-432

CALENDRIER

- Remise des propositions de communications: 11 mars 2012
- Retour des évaluations aux auteurs: début juin 2012
- Envoi des versions finales: 20 juillet 2012
- Communication du programme de la journée: au plus tard le 5 septembre 2012

INSTRUCTIONS AUX AUTEURS

Les soumissions sont à envoyer à :

Cécile Fonrouge (cecile.fonrouge@univ-paris-est.fr),

Stéphanie Petzold (stephanie.petzold@bem.edu) et

Sophie Reboud (sophie.reboud@escdijon.eu)

Les personnes acceptées pour la journée s'engagent à venir présenter leur communication. Toutes les communications donneront lieu à publication dans les actes de la journée. Les

meilleures communications feront l'objet d'une publication dans une revue à comité de lecture. Nous avons soumis ce projet à la **RIPME** pour une publication en 2014.

Les propositions doivent respecter impérativement les règles de soumission suivantes :

- Le texte dactylographié en Times New Roman 12, entre 4 000 et 8 000 mots (10 à 25 pages dactylographiées d'un seul côté avec interligne 1 1/2, avec marges de 2,5 cm) y compris les tableaux, graphiques, figures, notes et bibliographie ; note : 2 000 mots au maximum.
- La première page comportera : le titre de l'article, les noms des auteurs, leurs titres et leurs affiliations et un résumé d'une dizaine de lignes en français de 300 mots au maximum et en anglais.
- Les pages, tableaux, figures et graphiques seront numérotés.
- Les notes, dont l'usage sera modéré, seront placées en bas de chaque page dans l'ordre 1,2,3,...
- Les références bibliographiques dans le corps du texte doivent comporter, entre parenthèses, l'indication du nom de l'auteur et la date de publication de l'ouvrage cité.
- La liste des références bibliographiques est établie en fin d'article : les auteurs doivent y être repris par ordre alphabétique, avec indication du nom, de l'initiale du prénom (en petites capitales), de la date de publication, du titre de l'ouvrage (en italique pour un livre, entre guillemets français pour un article) et la ou les page(s) citée(s) pour un livre, indication du lieu et de la maison d'édition et de la collection éventuelle ; pour un article, indication du titre de la revue en italique, du volume et du numéro et des pages concernées.

COMITE SCIENTIFIQUE

Amina Bécheur (Université Paris Est)
Didier Chabaud (Université d'Avignon)
Christophe Estay (BEM, Bordeaux Management School)
Colette Fourcade (Université de Montpellier)
Emile Michel Hernandez (Université Champagne Ardennes)
Martine Hlady-Rispal (Université de Bordeaux)
Xavier Lecocq (Université de Lille)
Frédéric Leroy (Université de Montpellier)
Karim Messeghem (Université de Montpellier)
Liliana Mitkova (Université Paris Est)
Jean-Claude Pacitto (Université Paris Est)
Marion Polge (Université de Montpellier)
Sophie Reboud (Groupe ESC Dijon Bourgogne)
Sylvie Sammut (Université de Montpellier)
Olivier Torres (Université de Montpellier)
Thierry Verstraete (Université de Bordeaux)
Vanessa Warnier (Université de Lille)

COMITE DE LECTURE

Marianne Abramovici (Université de Paris-Est)
Pascale Amans (Université de Toulouse)
Alexandre Asselineau (Groupe ESC Dijon Bourgogne)
Véronique Attias-Delattre (Université de Paris-Est)
Valérie Barbat (BEM, Bordeaux Management School)
Mathias Béjean (Université de Paris-Est)
Eugénie Briot (Université de Paris-Est)
Tatiana Bouzdine-Chameeva (BEM, Bordeaux Management School)
Marie Carpenter (Télécom Ecole de Management)
Luciana Castro Goncalves (ESIEE Université de Paris-Est)
Pierre Chenet (BEM, Bordeaux Management School)
Cécile Fonrouge (Université Paris Est)
Christel de Lassus (Université de Paris Est)
Stéphanie Loup (Université de Toulouse)
Catherine Maman (Université de Paris-Est)
Christopher Markowski (ESIEE Université de Paris-Est)
Pierre Mora (BEM, Bordeaux Management School)
Walid Nakara (Groupe sup de co Montpellier)
Stéphanie Petzold (BEM, Bordeaux Management School)
Jean Marc Pointet (ESIEE Université de Paris-Est)
Julie Tixier (Université de Paris-Est)
Mathias Szpirglas (Université de Paris-Est)

COMITE D'ORGANISATION

Coresponsables : Corinne Affagard (BEM) et Stéphanie Petzold (BEM)

Isabelle Artru (BEM)
Claude Garrabos (BEM)
Catherine Micolino (BEM)

et l'équipe de recherche PME et Innovation de BEM.