

Appel à contributions - Numéro thématique

**Communautés de connaissances et accélération de l'innovation et de la
créativité**

Editeur(s) invité(s) : Florence Crespin-Mazet¹, Karine Goglio-Primard², Claude Guittard³

L'objectif de ce numéro spécial est de proposer une analyse de la complémentarité entre les notions de communautés de connaissance et celle d'innovation au sens large.

Dans un contexte d'augmentation de l'intensité concurrentielle, de complexité croissante des technologies et d'émergence de nouvelles technologies, développer ses capacités d'innovation et de créativité est devenu un enjeu essentiel pour les entreprises. Les travaux récents montrent l'importance de différentes formes de communautés de connaissances pour nourrir et stimuler ces capacités : communautés de pratiques, communautés épistémiques, collectifs sociaux. Elles se développent au sein d'espaces favorables à l'innovation tels que les espaces de co-working, les espaces de co-design, ou les territoires créatifs.

Ces communautés sont des groupes informels d'individus (de toutes origines et/ou fonctions) partageant une expertise ou un objectif commun (exemple : améliorer leur pratique professionnelle, développer de nouvelles offres plus performantes...) et qui s'engagent à travailler ensemble et à contribuer aux travaux de la communauté (Wenger, 1998). Ces communautés agissent comme de véritables réseaux sociaux liant des individus installés sur le même lieu de travail ou sur des lieux différents. Grâce à leurs interactions, les membres d'une communauté créent ou adoptent un répertoire de ressources partagé (Wenger, 1998) composé d'outils, de processus, d'artefacts (exemple : plateforme, produit, site, procédure...) qui facilitent leurs échanges tant en interne qu'en externe. Les travaux de recherche récents montrent que ces communautés permettent de capitaliser les bonnes pratiques, de résoudre les

¹ Kedge Business School Toulon

² Kedge Business School Toulon

³ BETA-CNRS, FSEG, Université de Strasbourg

problèmes plus rapidement et de développer de nouvelles idées et des innovations futures (Sarazin, Cohendet et Simon., 2017).

Un nombre croissant d'entreprises ont pris conscience de l'importance de ces communautés pour leur performance et adapté leurs pratiques de management pour exploiter leur potentiel (Cohendet et al., 2006). On peut citer à titre d'exemples : les *Learning Groups* de Hewlett-Packard, les *Family-Groups* de Xerox, les *Peer Groups* de British Petroleum, les *Knowledge Networks* d'IBM Global Services, les *communautés de pratique* de Schneider-Electric, les communautés d'utilisateurs de Decathlon ou encore le *club KM* de EDF-GDF. En France, la FNEGE (Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises) confirme que l'innovation, la gestion des savoirs ainsi que les communautés de pratique constituent une des principales préoccupations des entreprises en matière de recherche en management en 2015. Tous ces travaux soulignent que les communautés de connaissance représentent des sources potentielles considérables de création de valeur, d'innovation et de performance pour les organisations.

Plus récemment, la littérature souligne également le lien entre les communautés et le développement d'espace favorables à l'innovation (Cohendet, Grandadam, Simon, 2010). Ces espaces peuvent se développer au niveau d'une ville (ville créative comme Montréal ou Barcelone) ou d'une entreprise (espace de co-working). Ainsi, Ubisoft accélère l'innovation par sa capacité à capturer les connaissances de la ville de Montréal en tant que vivier d'idées (artistiques et culturelles) pour développer de nouvelles innovations dans le domaine des jeux vidéo. La ville de Montréal en tant que territoire créatif est un espace favorable à l'innovation et au renouvellement de la créativité des concepteurs d'Ubisoft. Ainsi, l'impact de ces communautés ne se limite pas au monde des entreprises multinationales. Il est donc intéressant d'analyser l'apport des communautés dans des villes considérées comme des zones géographiques particulières, pluriculturelles, avec des encastremements sociaux multiples et des pratiques locales avérées.

Toutefois, si les communautés sont un levier d'innovations riches, elles n'en posent pas moins une série de défis aux organisations. Autonomes, auto-gérées et dotées d'une identité propre, elles reposent en effet sur des modes de coordination différents des pratiques de management habituelles des entreprises (Wenger, 1998 ; Brown et Duguid, 1998) et soulèvent un paradoxe. D'une part, leur autonomie et leur capacité d'auto-organisation constituent un atout permettent aux dirigeants « d'externaliser » les tâches de création et de transfert et de connaissance (communauté comme ressource riche de potentiels d'innovations). Mais elles constituent d'autre part, une source de tensions liée au manque de contrôle des travaux de la communauté et de maîtrise de son potentiel d'innovation par l'organisation.

Ce paradoxe se pose aussi bien pour les communautés de pratique au sein des organisations que les communautés inter-organisationnelles et soulève plusieurs questions de recherche.

- Pour la communauté de pratique d'innovation, leur prise en compte de plus en plus forte par les entreprises n'est-elle pas déstabilisatrice ? Comment évaluer les apports de ces communautés (valeur ajoutée) ? Peut-on piloter une communauté a priori autonome et auto-organisée ? Comment ?
- Quels sont les moyens requis pour accéder aux ressources développées par les communautés (ex : investissements sur ses capacités d'absorption) ? Comment les communautés s'emparent et exploitent d'autres mécanismes de fablabs, espace de coworking etc. ?
- Quel est l'impact de la virtualisation des réseaux sociaux sur les communautés ?

Les auteurs sont invités à soumettre des contributions permettant d'aborder ces questions et enjeux. Les travaux peuvent traiter aussi bien des communautés internes qu'externes (ex : communautés d'utilisateurs), des communautés pilotées que des communautés autonomes ; les espaces favorables à l'innovation internes à l'entreprise ou au niveau d'un territoire géographique (villes créatives).

Les éditeurs de ce numéro spécial sont ouverts à toute forme d'articles traitant du rôle des communautés dans les processus d'innovation ou de management des organisations suivant l'esprit de l'appel à propositions ci-dessus, même s'il ne s'inscrit pas précisément dans la problématique proposée. Toutes les approches méthodologiques sont les bienvenues.

Modalités de soumission et Dates importantes :

- **25/05/2018** : date limite de soumission des articles complets (sur la plateforme de la revue *Innovations* : <http://www.editorialmanager.com/innovations/default.aspx>)

Recommandations aux auteurs :

http://www.cairn.info/docs/INNO_instructions_aux_auteursFR110816.pdf

- **30/04/2019**: acceptation finale

Les articles complets sont à envoyer à : florence.crespinmazet@kedgebs.com