

The background of the poster is a vibrant yellow and green. It features several stylized, colorful faces and gears. One face is white with blue and red accents, another is green with pink and blue, and a third is white with red and blue. Gears are depicted in various colors and sizes, some overlapping the faces. A red circle is positioned in the upper left quadrant, containing white text.

C'est bien
beau
l'innovation...
et après ?

2^e Colloque Management
Identité Légitimité (MIL)

Les faces cachées de l'innovation

mardi 28 novembre 2017

Bâtiment Max Weber

entrée libre sur inscription

 **CEROS**
Centre d'études et de recherches
sur les organisations et la stratégie .FR



Plus d'infos :
bit.ly/2qZvuMJ

 **Université
Paris Nanterre**

2^{ème} colloque MIL (Management, identité, légitimité)
Mardi 28 novembre 2017

Les faces cachées de l'innovation *C'est bien beau l'innovation ... et après ?*

Objet de recherche classique en sciences de gestion, l'innovation est plus que jamais au centre des préoccupations académiques et professionnelles. Porté par la mondialisation, les nouvelles formes de l'économie, la démocratisation du numérique et soutenu par des *succes stories*, l'impératif de l'innovation a envahi les organisations privées et publiques, grandes comme petites. Poussée par un phénomène de mode (Abrahamson, 1991), la manifestation d'un isomorphisme mimétique (DiMaggio et Powell, 1983), la quête de l'innovation semble avoir envahi toutes les organisations. Elle exprime une stratégie de légitimation (Suchman, 1995) tout autant qu'une réponse à une concurrence acharnée et ou à une nécessité de survie. La thèse de « *innovation or die* » est plus que jamais d'actualité.

Quel que soit le type d'innovation (de rupture, incrémentales, de produit ou de service, technologiques ou managériales voire même pédagogiques), elles mènent le plus souvent à une phase d'euphorie, mais que cache cette euphorie ? Que se passe-t-il après ? Quelles conséquences pour l'organisation et ses acteurs ? En d'autres termes quelles sont les facettes sombres de l'innovation ?


Cet appel à communications, rédigé dans le cadre du deuxième colloque MIL a pour objectif d'inviter les enseignants-chercheurs, les doctorants et les professionnels à porter un regard réflexif sur les faces sombres de l'innovation. Cette question peu développée en sciences de gestion, concentre pourtant l'attention et les efforts des acteurs une fois l'innovation adoptée.

La journée sera une alternance entre des présentations de projets de recherche (en cours ou aboutis) et des tables rondes mêlant professionnels et académiques.

Thèmes de l'appel à communication

Les communications attendues pourront répondre aux thématiques suivantes, sans exclure toute autre manière d'interroger et de mettre en évidence les autres faces cachées de l'innovation dans nos organisations contemporaines :

- 1) Les résistances qu'elle suscite, et dont le mouvement des néo-luddites est une des manifestations actuelles.
- 2) Elle peut aussi dissuader les acteurs d'agir, les amener à se résigner, à se démotiver. L'innovation permanente et son discours alimentent la fatigue du changement.
- 3) Par le discours de disruption qui l'accompagne, elle trouble la vision du futur, rend le monde instable, et de ce fait renforce l'hypothèse paradoxale qu'elle conduit à une sorte de myopie. Comment avoir confiance dans un avenir qu'on dit imprédictible et dont les projections sont condamnées à être bousculées par ces mêmes innovations ?
- 4) Quand elle prend la forme de la transformation digitale, elle se traduit par des modèles économiques prédateurs qui au nom de la fluidité, de la flexibilité, de la granularité des marchés se proposent de les architecturer et de les gouverner prélevant jusqu'à plus de 30% de la valeur.
- 5) L'innovation n'est pas forcément durable, même si elle est censée être une des sources principales de responsabilité durable.

- 
- 6) L'innovation est inégalitaire non pas dans son aspect, mais dans la place et les ressources auxquelles elle donne accès. C'est le cas du monde des réseaux sociaux où quand certaines stars sont suivies par des centaines de millions de personnes, l'immense majorité s'isole dans les bulles informationnelles.
 - 7) L'innovation impacte les droits et libertés et questionne de fait le rôle de l'État et les instruments qu'il mobilise face aux innovations (incitatifs ou de régulation).

Tables rondes

Deux tables rondes seront organisées lors de cette journée. Elles seront l'occasion d'un échange ouvert entre chercheurs et praticiens sur deux thématiques. La première se focalise sur un type d'organisation « les bureaucraties traditionnelles » comme environnement spécifique et facteur de contingence à l'innovation. La deuxième aborde un objet spécifique « les innovations pédagogiques » et les défis que ces innovations lancent à nos schémas d'enseignements traditionnels et aux institutions qui les portent, privées comme publiques :

1. *La bureaucratie peut-elle innover ?*

Cette table ronde dressera le bilan théorique et les constats autour du potentiel d'innovation des grandes bureaucraties (privées ou publiques). Ces organisations sont longtemps restées en dehors du cercle des organisations créatives et agitatrices. De par leur caractéristiques (taille, système technique, centralisation du pouvoir), ces organisations assuraient une certaine pérennité et stabilité pour les acteurs. Elles étaient plutôt considérées comme importatrices (volontaires ou contraintes) d'innovations venant d'ailleurs. Or, ces organisations découvrent leur potentiel innovant et commencent à l'exploiter et cela suscite de nombreuses interrogations : Comment générer et faire vivre l'innovation dans ces organisations ? L'innovation peut-elle cohabiter avec les processus qui irriguent ces grandes organisations (juridiques, comptables et financiers, etc.)?

2. *Faut-il innover pour mieux enseigner ?*

Boostées par la démocratisation de l'usage des nouvelles technologies, de nouvelles manières d'apprentissage ont émergées remettant en question les schémas traditionnels de transmission du savoir et par conséquent nos institutions d'enseignement. MOOC, classe inversée, ... Quel recul avons-nous aujourd'hui sur ces innovations ? Quelle valeur ajoutée créent-elles ? Quels coûts génèrent-elles pour les organisations et les acteurs (enseignants et étudiants) ? Sont-elles amenées à remplacer nos actuelles (vieilles) méthodes d'enseignement ? Comment se fait concrètement la cohabitation et à quel coût ? Quelle analyse peut-on faire de la stratégie des nouveaux acteurs qui s'introduisent dans le secteur de l'enseignement comme dans un segment de marché (comme Google par exemple) et qui façonnent au travers des supports technologiques qu'ils proposent les processus d'enseignement et d'apprentissage ?

Conclusion : Innover autrement

Sous cette injonction à l'innovation, les acteurs (publics et privés) se lancent dans une véritable course, qui paradoxalement, mène à une "uniformisation" des modes/pratiques d'innovation. Doit-on être "open" pour être innovant? Doit-on tous adopter des pratiques "agiles" pour prétendre à l'innovation? L'innovation doit-elle nécessairement passer à l'échelle?

Format des soumissions

Les soumissions se font sous le format d'un *extended abstract* (2 500 mots ou 5 pages, interligne simple, références incluses). Toute méthodologie permettant d'explorer une des questions de recherche pourra être mobilisée. Les auteurs sont invités à décrire de manière la plus claire possible la problématique, le cadre théorique ou conceptuel, les résultats de recherche ou l'étude de cas et les références sélectives en appui à leur communication. Les contributions purement théoriques sont aussi les bienvenues.

Les soumissions sont à envoyer en format pdf à l'adresse : colloquemil@gmail.com

Agenda

Date limite de réception des communications (2 500 mots) : **02 octobre 2017**

Réponse du Comité scientifique aux auteurs : **10 octobre 2017**

Remise des présentations aux organisateurs en format Powerpoint : **31 octobre 2017**

Date de la conférence du pôle MIL : **28 novembre 2017**

Comité scientifique

Christine BALAGUE, Institut Mines-Telecom, Télécom Ecole de Management

Amina BECHEUR : Université Paris-Est Marne-la-Vallée

Christophe BENAVENT, Université Paris Nanterre

Manel BENZERAFA, Université Paris Nanterre

David CARASSUS, Université de Pau et des pays de l'Adour

Nathalie CHEZE, Université Paris Nanterre

Audrey DAVOUST, Université Paris Nanterre

Pauline De PECHPEYROU, Université Paris Est Créteil

Carole DRUCKER-GODARD, Université Paris Nanterre

Annie GARANTO, Université Paris Nanterre

Angy GEERTS, Université de Mons

Patrick GIBERT, Université Paris Nanterre

Mathilde GOLLETTY, Université Paris 2 Pantheon Assas

Alain GOUDEY, NEOMA Business School

Eric MARTEL, Université de Paris Saclay

Aurelio RAVARINI, Università C. Cattaneo LIUC, Località Milano

Fanny RENIOU, Université Paris Est Créteil

Madina RIVAL, Conservatoire national des Arts et Métiers

Patrick SIMON, Université Paris Nanterre

Isabelle VANDANGEON-DERUMEZ, Université Paris Est Créteil

Nathalie VEG SALA, Université Paris Nanterre

Comité d'organisation :

Sophie BALECH, Université Paris Nanterre

Sarah MEDJEK, Université Paris Nanterre

Michaël ROUX, Université Paris Nanterre

Nino TANDILASHVILI, Université Paris Nanterre

Informations complémentaires

Lieu de la tenue de la conférence : Université Paris Nanterre, Bâtiment Max Weber 200, avenue de la république, 92001 Nanterre (France)

Les meilleures communications seront publiées dans un ouvrage collectif.

Pour plus de renseignements : colloquemil@gmail.com



Ce colloque est soutenu par :



Second MIL (Management, Identity, Legitimacy) Symposium
Tuesday, November 28, 2017

The Flip Side of Innovation

Innovation is great... but what happens afterwards?

Innovation, a classic research topic of management sciences, has increasingly become the focus of academic and professional discussion. Driven by globalization, the emergence of new forms of economy, the spread of digitalization and a number of success stories, innovation has become a matter of urgency for organizations both large and small, in the public as well as the private sectors. As one of the latest management fads (Abrahamson 1991) buoyed by mimetic isomorphism (DiMaggio and Powell, 1983), the pursuit of innovation appears to have spread across all organizations. It reflects a strategy of legitimacy (Suchman, 1995) as much as of survival in the face of fierce competition. More than ever, organizations are faced with the admonition “innovate or die”.

Regardless of the type of innovation (breakthrough, incremental, for products or services, technological, managerial or even pedagogical) it initially generates a period of euphoria, but what happens afterwards? What are the consequences for the organization and its members? In other words, is there a dark side to innovation?


This call for papers for the second MIL conference invites professors and researchers, doctoral students and professionals to look at the aftereffects or side effects of innovation. Management sciences have not dealt extensively with this issue, but once an innovation has been adopted, its effects force themselves on the attention of the players involved.

The day will be divided between presentations of research projects (underway or completed) and roundtables made up of professionals and academics.

Themes of the call for papers

The areas of interest are given below, but other approaches to examining or highlighting the hidden aspects of innovation in contemporary organizations are welcome as well:

- 1) Resistance to innovation, of which the neo-luddite movement is a current manifestation.
- 2) Resignation, apathy and demotivation. Constant innovation and the rhetoric surrounding it contribute to change fatigue.
- 3) The disruptive discourse accompanying innovation blurs the vision of the future, making the world more unstable, thus paradoxically reinforcing the hypothesis that it leads to a form of myopia. How are people to trust in the future if it is said to be unpredictable and if projections are liable to be overthrown by these very innovations?
- 4) When innovation takes the form of digital transformation, it can result in predatory economic models. On the pretext that by organizing and governing the market, they contribute to its fluidity, flexibility and granularity, such models deduct 30% or more of the value created.
- 5) Innovation is not always sustainable, notwithstanding claims that it is one of the main sources of sustainable responsibility.

- 
- 6) Innovation generates inequality not so much by the forms it takes, but in terms of access to its locations and resources. This is the case, for example, of social networks where some stars have millions of followers, while the clear majority remains isolated in a filter bubble.
 - 7) Because innovation affects rights and liberties, it calls into question the role of the state and its approach to innovation (incentive or regulatory).

Panel discussions

Two round tables will be organized. They will provide an opportunity for researchers and practitioners to discuss two topics. The first will focus on traditional bureaucracies, which constitute a specific environment and a contingency factor to be taken into account. The second will deal with “educational innovation” and how it challenges traditional teaching approaches and educational institutions, whether public or private.

1. *Are bureaucracies capable of innovation?*

This round table will attempt to take stock of the theories and findings concerning the ability of large bureaucracies to innovate. Bureaucracies have long remained outside of the sphere of creative, initiative-taking organizations. Because of their specific characteristics in terms of size, technical system and centralized hierarchy) such organizations provided a certain degree of stability and permanence for their members. They tended to import innovations generated elsewhere, either voluntarily or by constraint. Now, however, they are unleashing their own innovative potential, which gives rise to a number of questions. How should innovation be encouraged and maintained in such organizations? Can innovation co-exist with the legal, accounting and financial processes prevailing in bureaucratic organizations?

2. *Is innovation necessary to improve teaching?*

Easy access to new technologies has given rise to new ways of learning that call into question the traditional transmission of knowledge and, accordingly, our educational institutions. What is known today about MOOCs, flipped classrooms, etc.? Do we have sufficient historical data to analyze their long-term impact? How much value do they actually create? What are the costs for the organizations and their participants (teachers and students)? Will they eventually replace our current (old) methods of teaching? In practice, how can these systems work together, and at what cost? How should one assess the new players (e.g. Google) currently entering the field of education as they would a new market? How will the technology these new players are introducing shape the process of teaching and learning?

Conclusion: Innovating differently

By encouraging innovation, both public and private players are engaging in a race that has the paradoxical effect of standardizing the practice of innovation. Is it necessary to be “open” to innovate? Must one adopt all “agile” practices? Is it required to move on a big scale, *big is-it back?*

Submission guidelines

Submissions shall be made in the form of an extended abstract (2,500 words or 5, single-spaced pages, including references). Any methodology can be used to explore the research topics. Authors are invited to describe as clearly as possible the topic, the theoretical or conceptual framework, the research results or case study and the selective references underlying their paper. Purely theoretical papers are welcome as well.

Please submit your papers in PDF (Adobe Portable Document) format to: colloquemil@gmail.com

Timeline

Deadline for submissions (2,500 words):	October 2, 2017
Response from the Scientific Committee to authors:	October 10, 2017
Submission of Powerpoint presentations:	October 31, 2017
MIL conference date:	November 28, 2017

Scientific committee

Christine BALAGUE, Institut Mines-Telecom, Télécom Ecole de Management
Amina BECHEUR : Université Paris-Est Marne-la-Vallée
Christophe BENAVENT, Université Paris Nanterre
Manel BENZERAFA, Université Paris Nanterre
David CARASSUS, Université de Pau et des pays de l'Adour
Nathalie CHEZE, Université Paris Nanterre
Audrey DAVOUST, Université Paris Nanterre
Pauline De PECHPEYROU, Université Paris Est Créteil
Carole DRUCKER-GODARD, Université Paris Nanterre
Annie GARANTO, Université Paris Nanterre
Angy GEERTS, Université de Mons
Patrick GIBERT, Université Paris Nanterre
Mathilde GOLLETY, Université Paris 2 Pantheon Assas
Alain GOUDEY, NEOMA Business School
Eric MARTEL, Université de Paris Saclay
Aurelio RAVARINI, Università C. Cattaneo LIUC, Località Milano
Fanny RENIOU, Université Paris Est Créteil
Madina RIVAL, Conservatoire national des Arts et Métiers
Patrick SIMON, Université Paris Nanterre
Isabelle VANDANGEON-DERUMEZ, Université Paris Est Créteil
Nathalie VEG SALA, Université Paris Nanterre

Organization committee

Sophie BALECH, Université Paris Nanterre
Sarah MEDJEK, Université Paris Nanterre
Michaël ROUX, Université Paris Nanterre
Nino TANDILASHVILI, Université Paris Nanterre

Additional information

Location: Paris Nanterre University, Max Weber Building, 200 avenue de la République, 92001 Nanterre (France)

Selected papers will be compiled in a joint publication.

For more information, contact: colloquemil@gmail.com



This symposium is supported by:

