

ST-AIMS 12 : Stratégie et Entrepreneuriat : pour une fertilisation croisée ?

Responsables

Karim MESSEGHM (Université de Montpellier, MRM – Labex Entreprendre)
Karim.messeghem@umontpellier.fr

Olivier GERMAIN, (ESG, Université du Québec à Montréal) – germain.olivier@uqam.ca

Martine SÉVILLE (Université Lumière Lyon 2, Laboratoire Coactis) –
Martine.Seville@univ-lyon2.fr

Frank ROBERT (Montpellier Business School, MRM) – f.robert@Montpellier-bs.com

Mots-clés : Entrepreneuriat stratégique – Écosystème entrepreneurial – Business Model-
Intrapreneuriat – Opportunité d'affaires - Fertilisation croisée

Appel à communications

L'émergence récente d'un champ de recherche portant sur l'entrepreneuriat stratégique (Hitt *et al.*, 2001 ; Hitt *et al.*, 2002 ; Ireland *et al.*, 2003) s'est notamment traduite par la création et la légitimation rapide du *Strategic Entrepreneurial Journal* et par la parution de plusieurs numéros spéciaux dans des revues tant en stratégie (*i.e. Strategic Management Journal en 2001*), qu'en entrepreneuriat (*i.e. Entrepreneurship Theory and Practice en 2009*) appelant à développer les recherches au croisement de ces deux disciplines. Cela a surtout mis en évidence la nécessité d'une conversation plus formelle entre les disciplines de la stratégie et de l'entrepreneuriat (Chabaud et Messeghem, 2010; Germain, 2010). Si, en effet, l'entrepreneuriat consiste, dans une approche de la créativité, à identifier et exploiter des opportunités (Shane, 2012), créer des firmes entrepreneuriales à forte valeur nécessite d'agir stratégiquement (Hitt *et al.*, 2001). En outre, les stratèges doivent, pour entretenir l'avantage compétitif de leur organisation, se doter d'un état d'esprit entrepreneurial pour donner du sens, choisir entre plusieurs opportunités et les exploiter au mieux, en particulier en situation d'incertitude. Dès lors, il apparaît d'évidentes connexions entre ces deux disciplines, parfois décrites comme inséparables (Meyer et Heppard, 2000).

Jusqu'alors, certaines notions faisaient l'objet d'un travail de conceptualisation parallèle au sein des deux champs, sans que ces élaborations ne circulent véritablement entre elles. Il en va, par exemple, ainsi de la notion d'opportunité, centrale en entrepreneuriat, et qui constitue pourtant un élément clé de la construction d'une théorie de la croissance de l'entreprise d'Edith T. Penrose (1959), dans une perspective qu'on qualifierait aujourd'hui de socio-constructionniste. Il en va aussi de la notion de capacités dynamiques (Teece, 2007), cœur de la théorie des ressources fondatrice de la stratégie, dont nous cherchons aujourd'hui à comprendre les micro-fondations et qui permet pourtant d'approcher les dynamiques entrepreneuriales au sein des organisations.

Par ailleurs, certaines pratiques semblaient imposer des métissages théoriques dépassant les frontières de ces deux disciplines. À ce titre, les travaux de Robert Burgelman (1983) sur les conduites intrapreneuriales au sein et en dehors de la stratégie, ceux de Charles Baden-Fuller

(1997) sur le renouvellement ou la régénération stratégique ou ceux de Dany Miller ou Howard Stevenson (Miller & Frien, 1982; Stevenson et Jarillo, 1990) sur l'organisation entrepreneuriale peuvent être considérés comme pionniers tant ils représentent un effort inédit d'intégration des connaissances permettant de mieux comprendre des phénomènes empiriques. Le modèle d'affaires (*business model*) constitue également un phénomène empirique invitant à produire des cadres théoriques métissés empruntant des connaissances forgées dans les deux disciplines, de même que les travaux sur le bricolage entrepreneurial qui mettent l'accent sur la façon dont les organisations trouvent un avantage et « font avec les ressources dont elles disposent et qu'elles recombinent (Baker & Pollock, 2007: 302)

Pour certains auteurs (Companys & McMullen, 2007 ; Mazzei et al., 2017), proposer un nouveau champ de recherche autour de l'entrepreneuriat stratégique permettrait, dès lors, d'articuler théoriquement de manière plus efficace les pratiques d'exploration (pendant plus entrepreneurial des recherches) et les pratiques d'exploitation (pendant plus stratégique des recherches) menées au sein de l'organisation. Pour Ireland et al. (2003) la richesse est créée par une organisation quand elle arrive à combiner de façon efficace un comportement de recherche d'opportunité avec un comportement de recherche d'avantage par une valorisation de ces opportunités notamment. L'entrepreneuriat stratégique serait, dans ce cadre, une action entrepreneuriale avec une perspective stratégique (Hitt et al., 2001 : 480). Il permet à l'entreprise de découvrir, et d'exploiter des opportunités pour créer de la valeur et soutenir un avantage compétitif (Companys et Mc Mullen, 2007). Il reposerait sur des dimensions propres en interaction, telles un état d'esprit entrepreneurial, une culture entrepreneuriale, un leadership entrepreneurial, le management stratégique des ressources et l'application de la créativité pour développer l'innovation pour permettre de créer de la richesse (Ireland et al., 2003).

Plus largement, le champ de l'entrepreneuriat stratégique vise à relier les comportements entrepreneuriaux et innovants aux transformations sociales. Ainsi, rendre l'entrepreneuriat stratégique consiste à s'interroger sur les conséquences et bénéfices des innovations et des changements qui en résultent sur une échelle beaucoup plus large (Venkataraman, 1997). La politique éditoriale du *Strategic Entrepreneurship Journal* énonce : “*Strategic entrepreneurship involves innovation and subsequent changes which add value to society and which change societal life in ways which have significant, sustainable, and durable consequences*”. Cette définition implique par un changement d'échelle d'élargir et d'enrichir l'ensemble des problématiques et objets de recherche étudiés tant dans le domaine de l'entrepreneuriat que dans celui de la stratégie, par une recherche de fertilisation croisée entre eux et la conséquence de leur intégration en matière de valeur créée tant au niveau individuel, collectif, organisationnel mais aussi social et sociétal.

Les objectifs du STAIMS *Stratégie et Entrepreneuriat* sont au nombre de quatre :

- Constituer un **lieu de conversation et de rapprochement** entre les chercheurs des deux disciplines et donner la parole à ceux qui se situent déjà au croisement ;
- Favoriser la **création de connaissances à l'articulation** de la stratégie et de l'entrepreneuriat en initiant une fertilisation croisée de celles-ci ;
- Susciter des **collaborations et des projets de recherche** tant en termes de production que de diffusion.
- Servir de **lieu de débat sur les positions de l'entrepreneuriat par rapport à la stratégie et sur l'intérêt du mariage** (Backer et Pollock, 2007) entre la stratégie et

l'entrepreneuriat : l'entrepreneuriat, une discipline à part entière (Shane et Venkataraman, 2001 ; Shane, 2012) ? L'entrepreneuriat, une voie d'application pratique (Backer et Pollock, 2007) (parfois considérée d'ailleurs comme trop pratique (Brush et *al.*, 2003)) d'une discipline, la stratégie, considérée quelque fois (Whittington (2003 : 122) comme trop théorique ? A l'inverse, doit-on considérer la stratégie et l'entrepreneuriat comme deux disciplines qui apportent chacune des éléments différents aux sciences de gestion et qui doivent être considérées comme complémentaires (Ireland et *al.*, 2003) ? L'entrepreneuriat stratégique doit-il être considéré comme une façon de regrouper les deux disciplines en une seule ? Quels apports mutuels entre les travaux sur l'ambidextrie en matière d'innovation (Bierly et Daly, 2007 ; Cao et *al.*, 2009) et l'entrepreneuriat stratégique (Mazzei et *al.*, 2017) quant au défi que représente l'articulation entre exploration et exploitation ?

Dès lors, ce premier appel invite les chercheurs qui travaillent au croisement de l'entrepreneuriat et de la stratégie, à soumettre des communications de nature théorique, épistémologique ou empirique, se situant notamment dans les perspectives suivantes.

- L'étude d'objets empiriques et de pratiques qui impliquent de produire des cadres conceptuels hybridés. Les papiers explorant cette hybridation par un travail empirique tel que des études de cas feront l'objet d'une attention particulière. Ces études pourront porter tant sur des jeunes pousses que sur des firmes établies puisque, comme le soulignent Hitt et *al.* (2001 : 488), toutes les deux sont concernées car elles recherchent simultanément un avantage compétitif et la découverte et l'exploitation d'opportunités. Les études de cas pourront également porter tant sur des entreprises privées que sur des organisations publiques (Klein et *al.*, 2013), ou des organisations de l'économie sociale et à titre d'exemple, ces objets pourront être, sans que la liste ne soit exhaustive, les pratiques d'écosystème d'affaires ou entrepreneuriaux, les entreprises à forte croissance, les dynamiques intrapreneuriales, l'agilité stratégique, le modèle d'affaire, autant d'objets empiriques frontières impliquant l'intégration des connaissances de la stratégie et de l'entrepreneuriat.
- La création, la transformation et ou le développement de notions, d'approches théoriques et de concepts qui se situent eux-mêmes au croisement des disciplines. À titre d'exemples, l'opportunité, le projet entrepreneurial, le bricolage entrepreneurial, ...
- Les recherches visant à mieux articuler l'entrepreneuriat et les transformations sociales en considérant la dimension stratégique et politique de tout projet entrepreneurial et ses implications plus larges que le seul impact sur le niveau individuel.
- Les réflexions questionnant la porosité de la frontière entre les disciplines, voire la pertinence même d'une conversation entre elles, soutenues par une argumentation solide et convaincante.
- Les retours d'expériences méthodologiques des travaux à l'intersection des deux disciplines, qu'il s'agisse de discuter des unités et échelles d'analyse, des appareils méthodologiques, des défis rencontrés, de la nécessité de créer des dispositifs méthodologiques novateurs.

Références :

Baden-Fuller, C. et H. W. Volberda (1997), Strategic renewal: How large complex organizations prepare for the future, *International Studies of Management & Organization*, 27 : 2, 95-120.

Baker, T., et T.G. Pollock (2007), Making the marriage work: The benefits of strategy's takeover of entrepreneurship for strategic organization, *Strategic Organization*, 5, 297–312.

Bierly, P.E. et P.S. Daly (2007), Alternative Knowledge Strategies, Competitive Environment, and Organizational Performance in Small Manufacturing Firms, *Entrepreneurship Theory and Practice*, July, 493-516.

Brush, C. G., Brush, C. G., Duhaime, I. M., Gartner, W. B., Stewart, A., Katz, J. A., Hitt, M. A., et S. Venkataraman, (2003), Doctoral education in the field of entrepreneurship, *Journal of management*, 29 : 3, 309-331.

Burgelman, R.A. (1983), Corporate entrepreneurship and strategic management: Insights from a process study, *Management Science*, 29, 1349–1364.

Cao, Q., Gedajlovic, E. et H. Zhang, (2009), Unpacking Organizational Ambidexterity: Dimensions, Contingencies, and Synergistic Effects, *Organization Science*, 20 : 4, 781-796.

Chabaud, D et K. Messeghem (2010), Le paradigme de l'opportunité. Des fondements à la refondation, *Revue Française de Gestion*, n° 206, 93-112.

Companys, Y. E. et J. S. McMullen (2007), Strategic entrepreneurs at work: the nature, discovery, and exploitation of entrepreneurial opportunities, *Small Business Economics*, 28 : 4, 301-322.

Germain O. (2010), Quand l'opportunité rencontre la stratégie, *Revue Française de Gestion*, n° 206, 171-187.

Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., et D. L. Sexton (2001), Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation, *Strategic management journal*, 22 : 6-7, 479-491.

Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., et D.L.Sexton (2002), *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*, Malden, MA: Blackwell.

Klein, P. G., Mahoney, J. T., McGahan, A. M., et C. N. Pitelis (2013), Capabilities and strategic entrepreneurship in public organizations, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7 : 1, 70-91.

Kuratko D.F et D.B. Audretsch (2009), Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives of an Emerging Concept”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 : 1, 1-71–17), special issue, Introduction.

Mazzei, M. J., Ketchen, D. J., et C. L. Shook (2017), Understanding strategic entrepreneurship: a “theoretical toolbox” approach, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13 : 2, 631-663.

Meyer, G. D., et K. A. Heppard, (2000), Entrepreneurial strategies: The dominant logic of entrepreneurship. In G. D. Meyer & K. A. Heppard (Eds.), *Entrepreneurship as strategy: Competing on the entrepreneurial edge*: Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1–22.

Miller, D. et P. H. Friesen (1982), Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum, *Strategic Management Journal*, Volume 3 : 1, 1-25.

Penrose E. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, Wiley.

Shane S. et S. Venkataraman (2000), The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *Academy of Management Review*, Volume 25 :1, 217-226.

Stevenson, H. H. et J. C. Jarillo, (1990), A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management, *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.

Venkataraman S. (1997), The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Katz J.A. & Brockhaus R.H. (eds.), 3, 119-138.

Whittington, R. (2003), The work of strategizing and organizing: for a practice perspective, *Strategic organization*, 1 : 1, 117-125.