

# Table des matières

<b>Remerciements</b> . . . . .	1
<b>Avant-propos</b> . . . . .	3
<b>Introduction</b> . . . . .	5
<b>Chapitre 1. L'innovation : une histoire sans fin</b> . . . . .	21
1.1. Le concept d'innovation managériale (IM) . . . . .	22
1.1.1. Évolution jusqu'aux années 1990 . . . . .	23
1.1.2. Les années 2000 : la démocratisation du concept . . . . .	24
1.1.3. Les caractéristiques de l'IM . . . . .	25
1.2. L'IM dans l'entreprise . . . . .	26
1.2.1. Le manuel d'Oslo . . . . .	27
1.2.2. Les résultats de l'enquête CIS 2010 . . . . .	27
1.2.3. Les diverses illustrations . . . . .	29
1.3. L'innovation ouverte (IO) . . . . .	31
1.3.1. Les orientations de recherche sur l'IO . . . . .	32
1.3.2. Les nouvelles perspectives de recherche sur l'IO . . . . .	33
1.3.3. Les caractéristiques de l'IO . . . . .	33
1.3.4. L'IO dans l'entreprise . . . . .	35
1.4. Conclusion . . . . .	36
<b>Chapitre 2. Incubateurs et autres accélérateurs : diversité quand tu nous tiens ?</b> . . . . .	39
2.1. Définition(s) et forme(s) de l'incubateur . . . . .	39
2.1.1. Définition(s) de l'incubation . . . . .	40

2.1.2. Les différentes formes d'incubation . . . . .	43
2.1.3. La diversité des formes d'incubation en France . . . . .	44
2.1.4. La subtilité « accélérateur »/« incubateur » . . . . .	47
2.2. Grands groupes/start-up : motivations sous pression ! . . . . .	49
2.2.1. Un monde politique omniprésent . . . . .	49
2.2.2. Le contexte des grands groupes . . . . .	51
2.2.3. Le contexte des start-up . . . . .	53
2.3. La politique entrepreneuriale des grands groupes . . . . .	55
2.3.1. La méfiance est de rigueur . . . . .	56
2.3.2. Un mariage à enjeux . . . . .	58
2.3.3. Contre mauvaise fortune, bon cœur ou le mariage de raison ! . . . . .	59
2.4. Pas de recherches sur l'incubation <i>corporate</i> . . . . .	61
2.4.1. Pas de recherches directes sur l'IC . . . . .	62
2.4.2. L'émergence d'une perspective . . . . .	62
2.5. Conclusion . . . . .	64

### **Chapitre 3. Les architectes d'interactions : les quatre portes d'accès stratégiques . . . . .** 67

3.1. La problématisation de l'IC . . . . .	68
3.2. Le travail de « curation managériale » . . . . .	70
3.3. Le travail de « motivation » . . . . .	73
3.4. Le travail de « construction de réseaux identitaires » . . . . .	75
3.5. Le travail de « changement des associations normatives » . . . . .	78
3.6. Grille des portes d'accès stratégiques, en synthèse . . . . .	80

### **Chapitre 4. Topographie : les caractéristiques d'une structure . . . . .** 83

4.1. Les caractéristiques d'une structure . . . . .	84
4.2. Les avantages relatifs . . . . .	87
4.3. La complexité . . . . .	90
4.3.1. Complexités irrationnelles . . . . .	91
4.3.2. Complexités rationnelles . . . . .	93
4.3.3. Le bilan . . . . .	94
4.4. L'ambiguïté . . . . .	95
4.5. Conclusion . . . . .	96

### **Chapitre 5. L'adaptation *in situ* : les leviers manipulateurs . . . . .** 99

5.1. Le rôle de l'adaptation . . . . .	99
5.2. Faits durs et faits souples . . . . .	100

5.2.1. Faits durs de l'IC . . . . .	101
5.2.2. Faits souples de l'IC . . . . .	102
5.3. Les « ECC-influenceurs » . . . . .	104
5.4. Des « ECC-produits ». . . . .	106
5.5. Conclusion . . . . .	108
<b>Chapitre 6. Lorsque la pratique devient modèle : l'adoption de l'IC . . . . .</b>	<b>109</b>
6.1. Le microcosme de l'entreprise : un rôle déterminant dans l'étape de problématisation . . . . .	110
6.2. Le travail institutionnel : un ensemble de systèmes et de pratiques . . . . .	112
6.3. La traduction, moteur du travail institutionnel . . . . .	113
6.4. L'adaptation ou la traduction <i>in situ</i> . . . . .	115
6.5. Liaisons conceptuelles . . . . .	115
6.6. La pyramide d'adoption institutionnelle . . . . .	117
<b>Chapitre 7. Exemple de l'IC A : la « chose » du chef . . . . .</b>	<b>121</b>
7.1. Contexte <i>corporate</i> de l'IC A . . . . .	121
7.2. Les acteurs de l'IC A . . . . .	122
7.3. La structure de l'IC A . . . . .	126
7.4. Les tâches et missions de l'IC A . . . . .	128
7.5. Les outils de l'IC A . . . . .	131
7.6. Synthèse de l'IC A . . . . .	132
<b>Chapitre 8. Exemple de l'IC B : l'argent ne fait pas le bonheur . . . . .</b>	<b>135</b>
8.1. Contexte <i>corporate</i> de l'IC B . . . . .	135
8.2. Les acteurs de l'IC B . . . . .	137
8.3. La structure de l'IC B . . . . .	140
8.4. Les tâches et missions de l'IC B . . . . .	144
8.5. Les outils de l'IC B . . . . .	146
8.6. Synthèse de l'IC B . . . . .	146
<b>Chapitre 9. Exemple de l'IC C : réduire le grand écart . . . . .</b>	<b>149</b>
9.1. Contexte <i>corporate</i> de l'IC C . . . . .	149
9.2. Les acteurs de l'IC C . . . . .	151
9.3. La structure de l'IC C . . . . .	154

9.4. Les tâches et missions de l'IC C . . . . .	156
9.5. Les outils de l'IC C . . . . .	160
9.6. Synthèse de l'IC C. . . . .	160
<b>Chapitre 10. Exemple de l'IC D : le centralisme bicéphale . . . . .</b>	<b>163</b>
10.1. Contexte <i>corporate</i> de l'IC D . . . . .	163
10.2. Les acteurs de l'IC D . . . . .	165
10.3. La structure de l'IC D . . . . .	167
10.4. Les tâches et missions de l'IC D. . . . .	169
10.5. Les outils de l'IC D . . . . .	170
10.6. Synthèse de l'IC D. . . . .	171
<b>Chapitre 11. Exemple de l'IC E : l'art du pivot . . . . .</b>	<b>173</b>
11.1. Contexte <i>corporate</i> de l'IC E . . . . .	173
11.2. Les acteurs de l'IC E . . . . .	175
11.3. La structure de l'IC E . . . . .	178
11.4. Les tâches et missions de l'IC E. . . . .	181
11.5. Les outils de l'IC E . . . . .	183
11.6. Synthèse de l'IC E . . . . .	183
<b>Conclusion . . . . .</b>	<b>187</b>
<b>Bibliographie . . . . .</b>	<b>199</b>
<b>Index . . . . .</b>	<b>231</b>