



LIREM

## Appel à communication Colloque international

« L'INNOVATION EN MANAGEMENT ENTRE CONFORMISME ET EFFET DE MODE »

### Argumentaire

L'innovation en management est aujourd'hui dans tous les discours sur l'entreprise. En effet, la compétitivité de celle-ci se mesure souvent à sa manière de faire face et de réagir aux imprévus rapidement. Faire preuve de réactivité et de proactivité est un avantage mais pour cela, il faut souvent se défaire d'anciennes méthodes et de processus de management à la fois lourds et lents.

L'innovation managériale est un concept polysémique, mais si nous acceptons son assertion récente liée à l'émergence des communaux collaboratifs, à l'effondrement des marges des grandes entreprises et aux attentes des nouvelles générations de travailleurs, elle répond à la volonté des entreprises d'être plus agiles et de prendre en considération la nécessité du bien-être des salariés, condition sine qua non à l'engagement efficace et in fine à la performance durable.

### Pourquoi donc parler d'innovation en management ?

Qui dit innovation dit invention, nouveauté, création. Si le management est le plus vieux des métiers, c'est aussi la plus récente des professions dont les premières théories remontent au début du XX<sup>ème</sup> siècle. Jusqu'alors, les entreprises étaient de petite taille mais les révolutions industrielles ont donné naissance à la production de masse, la primauté étant à présent accordée à la productivité et non plus aux "règles de l'art". Et pour s'en assurer le manager était le parent directif chargé de s'assurer que ses ouvriers exécutaient bien les gestes décrits dans les modes opératoires. Ce modèle de management a été transposé dans le secteur tertiaire qui a pris plus d'importance que le secteur industriel à la fin de la seconde guerre mondiale. Il n'est cependant plus question de "chef" mais de "manager" dont le rôle est de fixer le "cadre" de ce qui doit être fait et d'en contrôler la conformité. La recherche de la qualité "totale" prend le pas sur la quête de productivité maximum mais l'esprit est toujours de veiller à ce que les salariés respectent les instructions. La libéralisation des marchés et la mondialisation des échanges des années 80 vont changer quelque peu la donne, obligeant les entreprises à faire preuve d'un bon sens stratégique pour se démarquer de leurs concurrents. En soutien de ce nouvel enjeu les managers sont incités à devenir des "leaders", dont les missions consistent à motiver leurs équipes pour doper les performances. De nouveaux modèles arrivent alors tels que la DPO, la DPPO, le brainstorming ou encore le management de la qualité, non plus centré sur le respect des procédures mais sur la satisfaction du client. Toutes ces évolutions devaient permettre d'augmenter la performance et satisfaire les actionnaires, devenus les nouveaux patrons des entreprises. A la fin du XX<sup>ème</sup> siècle, on dénombre quatre styles de management (paternaliste,

directif, bureaucratique et leadership). Si l'expression est différente, tous sont basés sur le même paradigme : un manager est celui qui prescrit et qui contrôle, les collaborateurs sont là pour respecter le lien de subordination.

Ce n'est qu'au début du XXIème siècle, en réaction à un contexte socio-économique devenu particulièrement tendu (crises financières, hyper compétitivité, revendication du bien-être de tous les salariés) que les entreprises se sont rendues compte que les pratiques managériales traditionnelles étaient devenues inadaptées à ce nouveau monde. En effet, le management par les procédures freine la réactivité de l'entreprise, le principe de contrôle par le management déresponsabilise les collaborateurs, la division du travail crée des luttes de pouvoir et freine la collaboration transversale, et le fait de confier l'innovation seulement à des experts empêche l'entreprise d'identifier des bonnes idées qui pourraient être exprimées par n'importe quel salarié surtout lorsqu'il s'agit d'évoluer dans un environnement à présent imprévisible.

Dans ce contexte, marqué par des contraintes managériales et réglementaires, par le développement exponentiel d'outils de gestion de toute classe ainsi que par l'écllosion d'une digitalisation à marche forcée, **l'innovation managériale** s'impose pour les entreprises qui veulent maintenir, développer leur attractivité et leur performance sur le marché

Ainsi, l'innovation managériale traduit aujourd'hui le souhait d'une plus grande simplicité organisationnelle, la volonté de laisser aux collaborateurs de plus grands espaces de liberté et le besoin d'aller vers davantage de pragmatisme réflexif dans les pratiques et les modes de coopération/collaboration.

Ceci dit, ce colloque international est conçu comme une plateforme d'échanges et de réflexions sur les dimensions de l'innovation managériale et de sa mise en œuvre. Les questions des nouvelles hiérarchies, de l'impact du numérique et des nouveaux modes de collaboration y seront abordées.

Il s'adresse à tous ceux qui sont concernés par l'organisation de l'entreprise, son modèle et les évolutions de son management, le gouvernement des Hommes,... afin de confronter les différentes approches des innovations managériales et permettre des propositions et des explorations de modèles alternatifs tout en suscitant un partage d'expériences et d'échange entre académiques et professionnels de différents pays.

A titre indicatif, et sans qu'il s'agisse d'une liste exhaustive, les thèmes suivants peuvent être étudiés ainsi que tout autre thème relevant des sciences de gestion :

- 1) Management du futur ;
- 2) Nouveaux styles de management ;
- 3) Management du changement ;
- 4) Nouvelles méthodes d'organisation du travail (télétravail, management distant, co-working, ...);
- 5) Nouvelles méthodes de management : Le bonheur au travail, travail collaboratif,... ;
- 6) Innovation et bien être;
- 7) Innovations managériales, organisationnelles et technologiques ;
- 8) Convergences et spécificités des innovations privées et des innovations publiques;

- 9) Economie intelligente et digitale;
- 10) Digitalisation, communauté virtuelle, transformation des relations humaines,...

**Dates clés à retenir :**

- **01 Janvier 2019** : Date limite de réception des textes définitifs.
- **15 Janvier 2019** : Date de notification définitive.
- **08 et 09 Mars** : Date de tenue du Colloque

**Langues et processus de soumission :**

- Les communications peuvent être soumises en français, en anglais ou en arabe.
- Deux types de présentations sont donc possibles :
  - Présentation de recherche : Des travaux de recherche réalisés par des enseignants-chercheurs ou d'état d'avancement de thèse de doctorants.
  - Présentation de professionnel : Des professionnels d'entreprises ou des responsables d'organisations publiques souhaitant communiquer sur un ou des projet(s) innovant(s) concret(s) en matière de management ;
- Les communications peuvent porter sur des aspects théoriques ou empiriques et s'inscrire dans un ou plusieurs axes proposés.
- Il est demandé aux auteurs de limiter leurs propositions de communication à deux (communications cosignées par un ou plusieurs auteurs).
- Les auteurs sont invités à envoyer le résumé et le texte intégral (Format Word) à l'adresse suivante : **colloquelirem2018@gmail.com**
- La première page, non numérotée, comprendra : le titre de l'article en petites majuscules (Times new roman 18 gras) ; le(s) nom(s) de(s)auteur(s) et leur affiliation (Times new roman 14 gras) ; l'adresse électronique de l'auteur à qui la correspondance doit être adressée (Times new roman 12) ; un résumé à interligne simple d'environ 500 mots (10 à 15 lignes), (Times new roman 12, justifié) et un maximum de cinq mots clés (Times new roman 12).
- Le corps du texte (format A4) devra prévoir des marges supérieures, inférieures et latérales de 2,5 cm. Le texte, y compris les notes de bas de pages, la bibliographie et les annexes, ne doit pas excéder 15 pages (30 000 caractères y compris les espaces). Il sera écrit en Times New Roman (12 points), en interligne simple et sera justifié (aligné à gauche et à droite). Les pages doivent être numérotées sans en-tête ni pied de page.
- Les titres : niveau 1 petites majuscules (Times new roman 14 gras) ; niveau 2 petites majuscules (Times new roman 12 gras).
- Les notes de bas de page auront la numérotation continue en commençant à chaque page et ne doivent pas servir aux renvois bibliographiques (Times new roman 10).
- La bibliographie ne comporte que les sources citées dans le corps du texte. Les références doivent y être présentées dans l'ordre alphabétique du nom du premier auteur.

**NB** : Les meilleures communications feront l'objet de publications dans la revue du laboratoire **RIEM**

**Contacts** : Pour plus de renseignements, veuillez contacter :

- Mme. Samira TOUATE (FSJES – Fès) E-mail : samira.touate@usmba.ac.ma
- Mme. Asmae BENNANI (FSJES – Fès) E-mail : asmae.houmidbennani@usmba.ac.ma