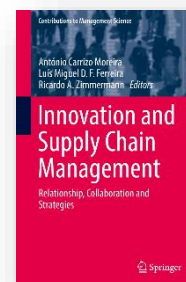


Analyse d'ouvrage :

[“Innovation and Supply Chain Management: Relationship, Collaboration and Strategies”, António Carrizo Moreira, Luís Miguel D. F. Ferreira et Ricardo A. Zimmermann, ed. Springer, 2018](#)



Renaud ALLAMANO-KESSLER¹, Mohamed OUIAKOUB²

¹ IAE de Metz, Université de Lorraine, CEREFIGE, France, renaud.allamano-kessler@univ-lorraine.fr

² Université de Lorraine, CEREFIGE, F-54000 Nancy, France mohamed.ouiakoub@univ-lorraine.fr

Résumé : Bien que l'innovation soit largement étudiée dans une perspective multidimensionnelle au niveau des produits, des processus, de l'organisation et du business model, le rôle des réseaux interorganisationnels dans l'innovation demeure sous-exploré dans la littérature académique. Le lien entre l'innovation et la supply chain suscite de plus en plus l'attention des chercheurs depuis quelques années (Zimmermann et al., 2020; Moreira et al., 2018). L'ouvrage intitulé “Innovation and Supply Chain Management: Relationship, Collaboration and Strategies” propose d'identifier et d'explorer la structure intellectuelle de l'intersection de l'innovation et des supply chains. Les auteurs montrent que la manière dont une entreprise partage les processus d'innovation tout au long de la supply chain sous-tend la compétitivité de l'entreprise tout autant que les processus d'innovation internes à l'entreprise. Lorsque les entreprises adoptent l'innovation dans leurs processus interorganisationnels, en développant de nouveaux produits conjointement avec leurs partenaires, elles impliquent de multiples processus d'innovation dans les activités en amont et en aval de la supply chain.

Mots clés : Innovation ; Supply Chain Management ; Relations ; Collaboration ; Stratégies.

Abstract: Although innovation is widely studied from a multidimensional perspective at the product, process, organizational and business model levels, the role of inter-organizational networks in innovation remains underexplored in the academic literature. The link between innovation and the supply chain has been attracting increasing attention from researchers in recent years (Zimmermann et al., 2020; Moreira et al., 2018). Innovation and Supply Chain Management: Relationship, Collaboration and Strategies proposes to identify and explore the intellectual structure of the intersection of innovation and supply chains. The authors show that the way in which a company shares innovation processes throughout the supply chain underpins its competitiveness just as much as the company's internal innovation processes. When companies adopt innovation in their inter-organizational processes, developing new products jointly with their partners, they involve multiple innovation processes in upstream and downstream supply chain activities.

Keywords: Innovation; Supply Chain Management; Relationships; Collaboration; Strategies.

Citation: Allamano-Kessler, R. ., & Ouiakoub, M. “Innovation and Supply Chain Management: Relationship, Collaboration and Strategies”, António Carrizo Moreira, Luís Miguel D. F. Ferreira et Ricardo A. Zimmermann, ed. Springer, 2018. *Revue Française de Gestion Industrielle*, 37(1), 87-93, <https://doi.org/10.53102/2023.37.02.1194>

1. INTRODUCTION

Dans le contexte des nouvelles technologies qui menacent de modifier la configuration des supply chains, l'ouvrage "*Innovation and Supply Chain Management: Relationship, Collaboration and Strategies*" coordonné par **António Carrizo Moreira, Luís Miguel D. F. Ferreira et Ricardo A. Zimmermann** examine les questions clés, les défis, les opportunités et les tendances de la relation entre l'innovation et le supply chain management (SCM). L'ouvrage vise à contribuer aux domaines du management de l'innovation et du SCM en cherchant à identifier et à explorer la structure intellectuelle de l'intersection de l'innovation et des supply et à explorer les différentes façons dont le sujet est abordé dans la littérature. L'ouvrage présente également certains développements les plus récents et les meilleures pratiques dans les domaines de l'innovation et du SCM notamment sur les relations, la collaboration et la technologie impliquant l'innovation tout au long de la supply chain.

2. STRUCTURE ET CONTENU DE L'OUVRAGE

2.1 Le contexte

Il s'agit d'un ouvrage collectif qui rassemble une collection de contributions de chercheurs spécialisés dans le management de l'innovation et de la supply chain à travers le monde, dont les contributions apportent des résultats novateurs aussi bien sur le plan théorique que managérial tout en fournissant des recherches, des concepts, des expériences et des études de cas récents en vue d'améliorer la compétitivité des entreprises. Le livre se structure en quatre parties qui s'intitulent (1) Structure Intellectuelle (p.2 - p.29), (2) L'importance des relations fournisseurs-clients (p. 30 - p. 162), (3) Stratégies et implication pour l'innovation (p. 164 - p. 256) et (4) Information et technologie (p. 257 - p. 343).

2.2 Partie 1 : « Innovation and Supply Chain Management »

La première partie comporte un unique chapitre écrit par **Zimmermann, Ferreira et Moreira**. Les

auteurs analysent la structure intellectuelle de la relation entre l'innovation et le SCM à partir d'une analyse systématique de littérature et procèdent à une analyse bibliométrique. Cette analyse se base sur l'importance et la complexité de la relation Innovation-SCM et est étalée sur la période 1999-2017. Il apparaît que la littérature est dispersée géographiquement sur 32 pays avec un top 8 constitué des pays comme la France, Suisse, Corée du Sud, Taïwan, Espagne, Australie, Chine et des États-Unis, figure 3, p. 9). Les auteurs procèdent à l'analyse bibliométrique et révèlent que trente-cinq articles dans dix-sept revues sont identifiés comme la base intellectuelle du sujet (Innovation-SCM). Parmi les articles restants, quatre clusters sont détectés (1) Supply Network Structural Characteristics, (2) Supply Chain Trust and Collaborative Advantage, (3) Supplier and Customer Long Term Integration et (4) Emergent Topics. Ce chapitre initial a contribué à la théorie en identifiant les différentes approches qui abordent la relation entre l'innovation et les supply chains dans la littérature.

2.3 Partie 2: "The Importance of Supplier-Client Relationships"

Cette deuxième partie est composée de sept chapitres traitant des relations fournisseur-client, du développement de nouveaux produits, des projets complexes, de l'implication précoce des fournisseurs ou encore de la charte d'innovation de produit.

Per **Hilletofth, Ewout Reitsma et David Erikson** sont les auteurs du chapitre intitulé "*Coordination of New Product Development and Supply Chain Management*". Ce chapitre traite de la coordination SCM et du développement de nouveaux produits (NPD). Les auteurs ont opté pour une étude de cas longitudinale qui a débuté en 2009 et qui s'est intéressé à l'entreprise FurnitureCo (un grossiste) ainsi qu'à 28 entreprises qui travaillent ou qui sont en concurrence avec FurnitureCo. Les auteurs analysent pourquoi et comment le développement de nouveaux produits et le SCM doivent être coordonnés. Ils sélectionnent quatre facteurs clés de succès (FCS) et plusieurs éléments de coordination pour chacun des FCS. Les résultats

montrent qu'une concentration sur la demande (pour développer des produits haut de gamme) entraînera nécessairement des exigences élevées du côté de l'offre de l'entreprise, ce qui conduit à coordonner le NPD et la SCM. Ainsi, l'entreprise peut s'assurer qu'elle est en mesure de développer de nouveaux produits et que sa supply chain peut fournir des solutions innovantes. Le délai de mise sur le marché est garanti et les préférences des consommateurs sont respectées. Pour finir, les processus de NPD doivent identifier des solutions orientées consommateur. Ces solutions dites "holistiques" (dans les processus de NPD) doivent impliquer des représentants de l'entreprise, de l'approvisionnement et de la distribution, afin de coordonner la NPD et la SC et ce dès le début.

Le chapitre intitulé "**An Investigation of Contextual Influences on Innovation in Complex Projects**" de **Lone Kavin et Ram Narasimhan** traite de l'innovation favorisée par les fournisseurs dans le contexte de produits complexes (PC). Ils proposent un cadre pour l'analyse des pratiques d'encouragement de l'innovation afin d'améliorer les performances en matière d'innovation. Kavin et Narashimhan affirment qu'une approche ouverte de l'innovation (partenaires externes) doit être adoptée afin d'internaliser les connaissances externes et que des pratiques de gestion flexibles (solutions basées sur les réseaux) sont nécessaires. Le comportement de prise de risques doit être ancré dans les pratiques organisationnelles et la capacité d'absorption développée, afin que l'innovation prospère dans l'entreprise. Pour que les pratiques (favorisant l'innovation) réussissent, Kavin et Narashimhan affirment qu'il faut des incitations organisationnelles et des pratiques de gouvernance d'infrastructure qui encouragent les pratiques de collaboration et de partage des connaissances entre les parties prenantes internes et externes. Les auteurs contribuent à la littérature de l'innovation (1) en délimitant les distinctions de l'environnement de PC et en identifiant leurs différents rôles pour les pratiques d'accueil, (2) en ouvrant la voie à une théorie contingente de la performance en matière d'innovation et (3) en promouvant le développement théorique par l'examen conjoint des pratiques d'accueil, des pratiques de gestion des

connaissances et des pratiques organisationnelles vis-à-vis des réseaux d'approvisionnement.

Romarc Servajeau-Hilst est l'auteur du troisième chapitre s'intitulant "**Necessary Governing Practices for the Success (and Failure) of Client-Supplier Innovation Cooperation**". Ce chapitre traite des pratiques de gouvernance pour la réussite de la coopération verticale en matière d'innovation entre le fournisseur et le client. Cette étude est basée sur une enquête (de 2014) décrivant 160 relations client-fournisseur sur un projet d'innovation dans laquelle l'auteur détermine empiriquement lesquelles de ces pratiques sont propices à la performance relationnelle (la plus ou la moins performante). Les résultats montrent que les entreprises (1) doivent gérer leurs relations fournisseur-client et leurs portefeuilles de manière stratégique (2) que l'implication de la direction générale du fournisseur est une condition nécessaire à la réussite et que conjointement le manque d'implication de la direction générale du client est une condition nécessaire à l'échec. L'auteur ajoute que l'implication des fonctions "Achat" et "R&D" est essentielle pour que la relation fournisseur-client fonctionne positivement. D'un point de vue managérial, l'auteur identifie douze pratiques qui sont critiques pour la création d'une relation de haute performance ainsi que douze pratiques qui mènent à une relation de faible performance dans la coopération verticale en matière d'innovation.

Le chapitre suivant intitulé "**Collaborative New Product Development in SMEs and Large Industrial Firms: Relationships Upstream and Downstream in the Supply Chain**" de **Filipe Silva et António Carrizo Moreira** comparent à l'aide de huit études de cas (sur la base d'entretiens semi-directifs) le développement collaboratif (collaboration verticale) de nouveaux produits (CNPD) mis en place par des entreprises industrielles avec leurs fournisseurs et clients, en fonction de leur taille et du type d'innovation générée. Ils analysent le type de collaboration, la focalisation du CNPD, les objectifs du CNPD, et les types de fournisseurs et de clients. Les résultats montrent que la taille de l'entreprise est importante dans les activités de la CNPD, notamment lorsque la différenciation des

produits et les activités de production à grande échelle sont en jeu, que le développement de processus et de méthodologies de gestion dans les activités en amont ne sont pas largement utilisés ; que le CNPD est asymétrique et qu'il implique plus souvent (activement) les fournisseurs que les clients et ce car l'interaction avec les fournisseurs industriels est plus fréquente et intense que l'interaction avec les clients industriels ; que le CNPD est influencé par l'intensité technologique de l'industrie dans laquelle les entreprises opèrent et que le CNPD n'est pas limité aux grandes entreprises. Le chapitre contribue aux connaissances sur la CNPD.

Le Chapitre cinq de **Suboroto Roy** intitulé "**It's Time to Include Suppliers in the Product Innovation Charter (PIC)**" s'intéresse au rôle des relations de la supply chain dans l'innovation. Il remarque que l'entreprise d'achat focale qui tente d'innover pour le NPD ne semble pas avoir de directives spécifiques sur la manière et le moment d'impliquer les fournisseurs dans l'innovation. Suboroto explique la Charte de l'Innovation Produit (PIC) et développe l'argument selon lequel les fournisseurs doivent être explicitement mentionnés. Cette mention doit prendre en compte le rôle et la capacité des fournisseurs nouveaux et existants en matière d'innovation radicale ou incrémentale, à un stade précoce ou à un stade ultérieur, tout en défendant la propriété intellectuelle de l'organisation focale innovante. L'auteur termine sur une note managériale en exposant des lignes directrices pour l'interaction avec les fournisseurs détaillées dans la PIC.

Enfin, "**Mission Impossible: How to Make Early Supplier Involvement Work in New Product Development?**" est l'intitulé du chapitre de **Arjan J. van Weele**. Dans ce chapitre Van Weele rapporte des idées issues de sa réflexion personnelle sur des projets de recherche de doctorants qu'il a supervisés, portant sur les obstacles et les difficultés liés à la participation précoce des fournisseurs dans le développement de nouveaux produits. Van Weele s'appuie sur l'idée que les problèmes liés à une participation efficace des fournisseurs sont liés à l'organisation du fabricant, à l'organisation du fournisseur et à la relation fournisseur-fabricant.

Van Weele conclut que bien que la participation précoce des fournisseurs puisse entraîner des déceptions, il est important de prendre en compte la perspective humaine, avec des ressources suffisantes et des règles de gouvernance appropriées afin de se lancer dans des activités collaboratives et conjointes de développement de produits. Ainsi, les équipes de projets conjoints doivent être conscientes de la mission du projet, des objectifs du projet et du plan de travail du projet, tout ces éléments renforce l'importance du facteur humain.

2.4 Partie 3 : "Strategies and Implications for Innovation"

Cette partie est composée de quatre chapitres, aborde des sujets variés mais complémentaires tels que l'implication des achats dans l'innovation discontinue, l'importance de la culture dans le partage d'informations entre les entreprises manufacturières, la répartition des risques et le développement des fournisseurs, et l'importance de l'innovation dans la supply chain.

Le chapitre de **Richard Calvi, Thomas Johnsen, and Katia Picaud Bello** intitulé "**Purchasing Involvement in Discontinuous Innovation: An Emerging Research Agenda**" aborde l'implication des achats dans l'innovation discontinue. Après une revue systématique de la littérature basée sur un échantillon initial de 287 articles ayant abouti à l'analyse de 22 articles ; Calvi, Johnsen et Picaud Bello concluent que l'innovation radicale/discontinue (notion proche de Rice et al., 2000)/révolutionnaire conduisent à la nécessité de modifier les relations avec les fournisseurs. Ce résultat va en contradiction avec le comportement stable de la plupart des services d'achat pour maintenir les coûts et intégrer la responsabilité de leurs fournisseurs sur l'ensemble du cycle de vie du produit. Calvi, Johnsen et Picaud Bello avancent trois propositions pour aider les services achats à faire face à l'innovation discontinue (1) les achats doivent chercher en dehors de la supply chain existante, (2) par l'ambidextrie, la fonction "Achat" peut gérer à la fois les activités d'exploitation et d'exploration et (3) les achats doivent développer la capacité d'absorption.

Le chapitre de **Ruggero Golini, Andrea Mazzoleni, and Matteo Kalchschmidt** "**National Culture as an Antecedent for Information Sharing in Supply Chains: A Study of Manufacturing Companies in OECD Countries**" étudie la culture nationale comme antécédent du partage d'informations dans les supply chains. Ils étudient la relation entre la culture nationale et la volonté d'une entreprise d'investir dans le partage d'informations avec ses fournisseurs et ses clients. L'objectif est le rôle spécifique des particularités culturelles du pays (la distance de pouvoir et l'individualisme-collectivisme) dans l'influence sur l'étendue du partage d'informations sur la supply chain externe. 392 entreprises de 16 pays appartenant à l'OCDE ont été utilisées dans l'analyse. Les résultats indiquent une relation significative et complexe entre l'individualisme-collectivisme et la distance de pouvoir et le montant de l'investissement qu'une entreprise focale est prête à faire dans le partage d'informations avec ses partenaires de supply chain. Les auteurs apportent une contribution double à la fois théorique (en élargissant le débat sur l'intégration de la supply chain au niveau mondial) et pratique (en fournissant des recommandations aux managers pour reconnaître les implications culturelles de la collaboration interculturelle).

Dans le chapitre "**Risk Allocation and Supplier Development in Automotive Supply Chains: A Study of Nissan Europe**", **Arnaldo Camuffo** étudie le cas de Nissan Europe - dans le contexte de la fusion avec Renault - pour discuter de l'allocation des risques dans les relations entre les fabricants d'équipements d'origine (FEO) et les fournisseurs. Camuffo s'appuie sur des recherches antérieures basées sur la théorie de l'agence pour étudier les niveaux et les déterminants du partage des risques. Les données utilisées ont été collectées à partir de diverses sources (données fournies par Nissan, entretiens directs ainsi que des informations sur les relations fournisseurs de l'usine Nissan Europe de Barcelone, soit cent treize entreprises). Camuffo montre que de la supply chain de Nissan Europe (l'équipementier) absorbe plus de risques fournisseurs et que la manière dont le niveau de partage des risques est lié aux caractéristiques

financières, structurelles, géographiques et technologiques des fournisseurs.

Le dernier chapitre de **Jan Stentoft et de Christopher Rajkumar** intitulé "**Does Supply Chain Innovation Pay Off ?**" étudie la relation entre l'innovation dans la supply chain et les performances en termes de marché et d'exploitation de l'entreprise parmi 187 fabricants danois. Stentoft et Rajkumar révèlent que l'innovation dans la supply chain est payante en termes d'amélioration du marché et des performances opérationnelles. Ils concluent que, lorsque le SCM est analysé en tant que concept, il exerce une plus grande influence sur les performances opérationnelles que sur les performances commerciales. Cela indique que même si les entreprises comprennent le développement d'une supply chain orientée vers le marché, elles doivent être contraintes de gérer leur supply chain si elles veulent améliorer leur comportement concurrentiel. Lorsque le concept de SCM est décomposé en ses trois composantes principales, les résultats sont relativement différents. Les processus d'entreprise, la structure du réseau et la technologie influencent tous les performances opérationnelles, mais seule la structure du réseau influe sur les performances du marché. Les résultats indiquent donc que les entreprises associent davantage le SCM aux opérations qu'aux questions de marché. Pour finir, Stentoft et Rajkumar suggèrent de nouvelles pistes de recherche, y compris la relation Innovation-SCM avec les performances financières.

2.4 Partie 4 : " Information and Technology"

Cette quatrième et dernière partie, constituée de quatre chapitres, explore les perspectives d'innovation pour la supply chain comme les nouvelles technologies et leur importance pour la compétitivité future des entreprises. Ainsi, sont abordés les sujets tels que l'industrie 4.0, l'innovation technologique, les supply chains avancées et le rôle du big data et de l'analyse prédictive.

Dans le chapitre "**Technological Innovations in Supply Chains**", **Cheryl Druehl, Janice Carrillo et Juliana Hsuan** proposent un regard sur l'ensemble

de technologies émergentes (impression 3D, réalité virtuelle, véhicules autonomes, drones et Internet des objets) qui peuvent être appliquées à différentes étapes de la supply chain et qui offrent un potentiel important en matière de transparence de la supply chain, de réduction des coûts et d'un accroissement du confort pour les consommateurs. Bien que certaines des technologies retenues aient été adoptées par des entreprises, de nombreuses questions subsistent quant à la manière dont ces technologies conduiront/seviront à l'avenir les nouvelles politiques, nouveaux business models et les nouvelles réglementations de la supply chain.

Deepa Mishra, Zongwei Luo et Benjamin T. Hazen dans le chapitre intitulé *“The Role of Informational and Human Resource Capabilities for Enabling Diffusion of Big Data and Predictive Analytics and Ensuing Performance”*, proposent (en s'appuyant sur la théorie des ressources) un modèle pour examiner comment le déploiement des technologies de l'information (flexibilité stratégique des technologies de l'information, partenariat entreprise-BPCA et alignement entreprise-BPCA) et les capacités en matière de ressources humaines affectent les performances organisationnelles via la diffusion des big data et de l'analyse prédictive (BDPA). Une enquête ciblant principalement les entreprises indiennes a été menée et 159 réponses exploitables ont été obtenues. Les résultats de cette recherche concluent que la flexibilité de la technologie de l'information stratégique, le partenariat entreprise-BDPA, l'alignement entreprise-BDPA et les capacités en matière de ressources humaines exercent un impact direct sur la diffusion du BDPA, alors que ces éléments ont un impact indirect sur les performances de l'organisation.

Dans le chapitre *“Adoption of Industry 4.0 Technologies in Supply Chains”*, **Gustavo Dalmarco et Ana Cristina Barros** s'intéressent à la manière dont les supply chains peuvent bénéficier de l'adoption des technologies I4.0 par leurs partenaires et mettent en évidence certains de ses défis de mise en œuvre. Les auteurs analysent huit technologies qui couvrent la plupart des applications I4.0 et affirment qu'en plus d'améliorer la productivité de la supply chain, l'adoption des

technologies I4.0 offre la possibilité de créer de nouveaux business models. L'intégration et l'expansion de la supply chain, la combinaison de produits et de services disponibles pour d'autres entreprises et pour le client final sont des exemples des possibilités offertes. En outre, le développement de projets innovants entre les entreprises de la supply chain est également plus facile lorsque les partenaires sont déjà intégrés numériquement. Enfin, l'utilisation de l'Internet pour partager et absorber des données est la nouvelle tendance et l'adoption des technologies (liées à l'I4.0) est la première étape que les supply chain devraient franchir pour rester compétitives.

Pour conclure, le chapitre *“Advanced Supply Chains: Visibility, Blockchain and Human Behaviour”* de **Alexander Kharlamov et Glenn Parry** abordent la Blockchain avec une multitude d'applications possibles dans les supply chains. Les auteurs proposent un cadre conceptuel dans lequel le concept et la technologie peuvent s'équilibrer entre des manifestations positives et négatives en fonction du comportement humain, déterminant ainsi le succès d'application de la technologie Blockchain dans les supply chains. Kharlamov et Parry affirment que, si le concept et la technologie sont relativement prêts, le comportement humain constitue un défi, car il est connu que les gens souffrent d'habitudes et sont peu performants lorsqu'ils sont exposés à de grands volumes de données. La liste des biais est longue, avec les méthodes de débiaisage respectives qui peuvent potentiellement aider à corriger les erreurs. Par conséquent, toute mise en œuvre de la technologie Blockchain dans l'avenir devrait prendre en compte cet aspect comportemental pour faciliter son implantation, son acceptation et son utilisation. Les auteurs affirment que l'avenir des supply chains dépend en grande partie de la capacité de la psychologie humaine à accepter des systèmes automatisés et décentralisés.

3. CONCLUSION

Pour conclure, l'ouvrage *“Innovation and Supply Chain Management: Relationship, Collaboration and Strategies”* est destiné à un large public comprenant des étudiants, des praticiens et

dirigeants ainsi que des chercheurs qui s'intéressent aux aspects relationnels (collaboratifs notamment) et à la technologie impliquant l'innovation le long de la supply chain. L'ouvrage apporte des contributions significatives sur (1) les stratégies et les implications de l'innovation sur la supply chain lorsqu'elle implique des fournisseurs, (2) à la compréhension de l'importance de la fonction achat et de la culture dans l'échange d'informations entre les entreprises industrielles dans la stimulation de l'innovation dans la supply chain. Enfin, l'ouvrage s'étend sur le rôle des nouvelles technologies telles que l'industrie 4.0, l'innovation technologique, les supply chains avancées ainsi que le rôle du big data et l'analyse prédictive dans des perspectives d'innovation de la supply ainsi que la compétitivité future des entreprises ayant franchi ce cap.

4. REFERENCES EN LIEN AVEC LE MEME SUJET

Benhamou, L. , Giard, V., & Féniès, P. (2021). Un outil de conception et de production intelligent permettant la personnalisation d'une production continue de masse. *Revue Française De Gestion Industrielle*, 36(1), 07–26. <https://doi.org/10.53102/2022.36.01.871>

Benhayoun, L., & Saikouk, T. (2022). Distinction des facteurs critiques de succès pour l'adoption de la blockchain en supply chain : une analyse par réseaux sociaux. *Revue Française De Gestion Industrielle*, 36(1), 27–59. <https://doi.org/10.53102/2022.36.01.915>

Cherbi Gamoura, S. (2021). Processus Achat 5.0 et Acheteurs Augmentés : L'IA collective avec chat-bots dotés d'aversion au risque post-COVID-19: Cas d'un constructeur automobile Français. *Revue Française De Gestion Industrielle*, 36(1), 83–111. <https://doi.org/10.53102/2022.36.01.907>

Derrouiche, R., Lamouri, S., & Naoui-Outini, F. (2022). Supply Chain 4.0 : rôles et opportunités de la gestion industrielle. *Revue Française De Gestion Industrielle*, 36(1), 3–6. <https://doi.org/10.53102/2022.36.01.1112>

Lesueur-Cazé, M., Bironneau, L., Lux, G., & Morvan, T. (2022). Réflexions sur les usages de la blockchain pour la logistique et le Supply Chain Management : une approche prospective. *Revue Française De Gestion Industrielle*, 36(1), 60–82. <https://doi.org/10.53102/2022.36.01.917>

Rice MP, Leifer R, O'Connor G. (2000) Managing the transition of a discontinuous innovation project to operational status. *Engineering Management Society*, 2000. *Proceedings of the 2000 IEEE* 15:586–590, <https://doi.org/10.1109/EMS.2000.872570>

Silva, M., & Nyobe, S. . (2023). Durabilité sociale à l'ère de la « gig economy »: perspectives du secteur de la livraison à la demande. *Revue Française De Gestion Industrielle*, 37(1), 55–69. <https://doi.org/10.53102/2023.37.01.1140>

Zimmermann, R., Ferreira, L. M. D. F., and Moreira, A. C. (2020). How supply chain strategies moderate the relationship between innovation capabilities and business performance. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 26(September), <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2020.10.0658>

5. BIOGRAPHIE



Renaud Allamano-Kessler est docteur en sciences de gestion et du management de l'université de Montpellier, France. Il est maître de conférences à l'IAE de Metz (School of Management) et est

membre du laboratoire CEREFIGE (Centre Européen de Recherche en Economie Financière et en Gestion des Entreprises) de l'université de Lorraine. Ses intérêts de recherche portent sur la coopétition le long des supply chains, la modélisation de ces relations, la standardisation et l'innovation ainsi que les études de genre dans le monde des supply chains.



Mohamed OUIAKOUB est titulaire d'un doctorat en Sciences de gestion de La Rochelle Université. Il est maître de conférences en sciences de gestion et membre du laboratoire de recherche CEREFIGE (Centre

Européen de Recherche en Economie Financière et en Gestion des Entreprises) de l'Université de Lorraine. Ses principaux intérêts en recherche s'articulent, de manière générale, autour de l'innovation du business model, la gouvernance des entreprises familiales et la performance globale.

Renaud ALLAMANO-KESSLER, IAE de Metz, Université de Lorraine, CEREFIGE, France, renaud.allamano-kessler@univ-lorraine.fr

Mohamed OUIAKOUB, Université de Lorraine, CEREFIGE, F-54000 Nancy, France, mohamed.ouiakoub@univ-lorraine.fr