Décisions Marketing n°108 Octobre-Décembre 2022, 109-125

Co-création de valeur et innovation sociale : l'exemple des living labs

Ingrid Fasshauer
Université Gustave Eiffel – Laboratoire DICEN-IDF

Résumé

- ***Objectif***

Enrichir le modèle de processus de co-création de valeur à l'œuvre dans les living labs définis comme des plateformes d'engagement (Leclercq *et al.*, 2016). Leur spécificité est d'intégrer des parties prenantes hétérogènes dans une démarche d'innovation sociale.

- ***Méthodologie***

Une étude de quatre cas de living labs (triangulation des données d'entretiens, d'observations et documentaires).

- ***Résultats***

Compréhension du processus de co-création de valeurs d'usage, d'échange et sociale par les living labs

Dévoilement de la fragilité de la co-innovation multi-parties prenantes des living labs.

Mise en évidence des conditions organisationnelles (gouvernance et ressources hybrides) pour garantir une création de valeur pour toutes les parties prenantes, condition de l'engagement dans la durée.

- ***Implications managériales***

Identifier les conditions organisationnelles favorables ou défavorables à la co-création de valeur d'un processus d'innovation sociale multi-partie prenantes.

- ***Originalité***

Cette recherche met en évidence l'importance des conditions organisationnelles dans le processus de co-création de valeur multi-parties-prenantes au sein d'un type de dispositif d'innovation sociale, le living lab.

- ***Mots-clés :*** innovation sociale, living lab, co-création de valeur, gouvernance, plateforme d'engagement.

Pour contacter l'auteure : ingrid.fasshauer@univ-eiffel.fr

Fasshauer I. (2022), Co-création de valeur et innovation sociale : l'exemple des living labs, *Décisions Marketing*, 108, 109-125.

Abstract

Value co-creation and social innovation: the example of living labs

- ***Objective***

Enrich the model of value co-creation processes at work in living labs, defined as engagement platforms (Leclercq *et al.*, 2016). Their specificity is to integrate heterogeneous stakeholders in a social innovation process.

- ***Methodology***

Study of four cases of living labs (triangulation of interviews, observation and documentary data).

- ***Results***

Understanding the process of co-creating use, exchange and social values through living labs.

Unveiling the frailty of multi-stakeholder co-innovation in living labs.

Highlighting organizational conditions (governance and hybrid resources) to ensure value creation for all stakeholders, a condition for long-term commitment.

- ***Managerial implications***

Identify the organizational favorable or unfavorable conditions to value co-creation in a multi-stakeholder social innovation process.

- ***Originality***

This research highlights the importance of organizational conditions in the process of multi-stakeholder value co-creation within a type of social innovation device, the living lab.

- ***Keywords:*** social innovation, living lab, value co-creation, governance, engagement platform.

Remerciements

Je souhaite remercier chaleureusement les réviseurs anonymes et les coordinatrices de ce numéro pour leurs précieux conseils qui ont contribué à la qualité de cet article.