



12^{ème} Congrès AEI [13-15 Octobre 2021]

Entrepreneuriat international & digitalisation

Présentation

La crise sanitaire et économique provoquée par la COVID-19 a profondément impacté le commerce international (Alon, 2020) et perturbé les chaînes d'approvisionnement mondiales (Ratten, 2020). Les PME et jeunes entreprises sont particulièrement vulnérables à ces perturbations, non seulement du fait de leur limitation en ressources mais également car elles évoluent dans des secteurs qui ont été plus fortement touchés (Humphries et al., 2020).

Dans ce contexte, la digitalisation des entreprises, c'est à dire l'adoption et l'application des technologies numériques (Noroozi et al., 2010), s'est considérablement renforcée. La digitalisation, en plus d'être une source de compétitivité grâce à son potentiel de création et de développement de nouvelles opportunités de création de valeur et de revenus, permet en effet de répondre à certains enjeux de la crise actuelle, que ce soit les nouvelles conditions des pratiques d'affaires à l'international, la généralisation du télétravail, ou encore la réduction des voyages professionnels à l'étranger. On peut donc légitimement penser que la digitalisation, déjà populaire avant la crise, soit amenée à jouer un rôle grandissant dans l'internationalisation des entreprises.

Ces dernières années, l'importance des chercheurs pour la digitalisation s'est accrue (Lee et al., 2019). Les nouvelles technologies numériques ont transformé la nature de l'incertitude inhérente aux processus et aux résultats des entreprises ainsi que la manière de gérer cette incertitude (Nambisan, 2017). Les petites et moyennes entreprises (PME), qui se lancent dans la numérisation de certains processus commerciaux en mettant en œuvre des technologies numériques, changent radicalement leur chaîne de valeur en termes de proposition de valeur, de création de valeur et de mécanismes de capture de valeur (Eller et al., 2020). La transformation digitale s'avère en effet être bien plus qu'une simple intégration des technologies numériques et une digitalisation des process. Il s'agit d'une transformation globale de l'entreprise, de son *business model*, de ses pratiques managériales, etc. (Bpifrance Le Lab, 2018).

Ainsi grâce à la digitalisation, les entreprises mettent en œuvre des technologies numériques pour, non seulement, optimiser les processus commerciaux existants, mais aussi pour renforcer l'efficacité des stratégies et leur performance. Les technologies numériques ont également un puissant effet démocratisant car elles abaissent les barrières à l'accès au marché et permettent à un grand nombre et à un ensemble varié de personnes de participer aux échanges sur le marché international (Pergelova et al., 2019). Vadana et al. (2019) montrent quant à eux l'impact de la digitalisation sur la chaîne de valeur globale, en distinguant les effets de l'internationalisation digitale interne, liée aux opérations d'approvisionnement internationales (création, production) et l'internationalisation digitale externe, liés au service ou à la vente sur les marchés étrangers (vente, livraison et soutien).

Toutefois, les connaissances actuelles sur la manière dont les technologies numériques sont appropriées par les PME sont limitées, plus particulièrement dans une perspective



d'entrepreneuriat international. De fait, de nombreux auteurs parmi lesquels Coviello et al. (2017), Manyika et al. (2016) ou encore Vahlne et Johanson (2017) réclament davantage de recherches sur l'impact de la digitalisation sur l'internationalisation. A ce jour, les questions restant sans réponse sont nombreuses : Les PME internationalisées ont-elles des pratiques digitales spécifiques ? Quels sont les effets de la transformation digitale de la PME sur son processus d'internationalisation ? Quels sont les déterminants d'une transformation digitale réussie chez la PME internationalisée ? Les stratégies de digitalisation mises en œuvre diffèrent-elles d'un type de PME internationalisée à un autre ? Plus de digitalisation coïncide-t-il systématiquement avec plus d'internationalisation ? Le lien entre digitalisation et internationalisation fait ainsi partie des voies de recherches futures en entrepreneuriat international (Paul et Rosado-Serrano, 2019).

Cet appel à communication a donc pour objectif d'éclairer la dialectique entre entrepreneuriat international et digitalisation, et les causes et conséquences qui peuvent en découler.

Les communications peuvent être rédigées en français ou en anglais. Les meilleures communications seront sélectionnées pour **un numéro spécial dans *International Journal of Entrepreneurship and Small Business***.

Plusieurs thématiques peuvent être traités (mais sans exclusivité) :

- La digitalisation comme outil d'internationalisation de la PME
- L'internationalisation comme moteur pour la digitalisation
- Le rôle des compétences digitales dans la gestion de la chaîne de valeur globale
- La digitalisation comme source d'avantage concurrentiel à l'international
- Les freins à la transformation digitale de la PME internationalisée
- Genre et digitalisation à l'international
- PME, TPE ou born global et digitalisation à l'international
- Le lien entre digitalisation et accélération de la vitesse d'internationalisation
- Accompagnement à la digitalisation et à l'internationalisation
- Stratégie digitale des PME non internationalisées versus internationalisées
- Orientation entrepreneuriale internationale et digitalisation
- ...

Références

- Alon, I., L.-P. Dana, and A. Jenkins (2009). "International Business by SMEs. Empirical Findings from New Zealand," *Journal of International Business and Economy* 10(2), 59–78.
- Coviello, N., & Tanev, S. (2017). Initiating a new research phase in the field of international entrepreneurship: an interview with professor Nicole Coviello. *Technology Innovation Management Review*, 7(5).
- Humphries, J. E., C. Neilson, and G. Ulysea (2020). *The evolving impacts of COVID-19 on small businesses since the Cares Act*: Cowles Foundation For Research In Economics Yale University.
- Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Woetzel, J. R., Stamenov, K., & Dhingra, D. (2016). *Digital globalization: The new era of global flows* (Vol. 4). San Francisco: McKinsey Global Institute.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.



Paul, J. and Rosado-Serrano, A. (2019), "Gradual Internationalization vs Born-Global/International new venture models: A review and research agenda", *International Marketing Review*, Vol. 36 No. 6, pp. 830-858.

Pergelova, A., Manolova, T., Simeonova-Ganeva, R., & Yordanova, D. (2019). Democratizing entrepreneurship? Digital technologies and the internationalization of female-led SMEs. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 14-39.

Ratten V. (2020). "Coronavirus and international business: An entrepreneurial ecosystem perspective." *Thunderbird Int. Bus. Rev.*

Vadana, I. I., Torkkeli, L., Kuivalainen, O., & Saarenketo, S. (2019). Digitalization of companies in international entrepreneurship and marketing. *International Marketing Review*.

Vahlne, J. E., & Johanson, J. (2017). From internationalization to evolution: The Uppsala model at 40 years. *Journal of International Business Studies*, 48(9), 1087-1102.

Responsables :

Véronique FAVRE-BONTE (PU, IAE Savoie Mont-Blanc, Laboratoire IREGÉ)

– veronique.favre-bonte@univ-smb.fr

Laurice ALEXANDRE (Université de Paris, CEPED)

– laurice.alexandre-leclair@u-paris.fr

Alexis CATANZARO (Université Jean Monnet, Laboratoire COACTIS)

– alexis.catanzaro@univ-st-etienne.fr

Instructions aux auteurs

Types de soumissions acceptées :

- papiers longs (papiers complets)
- papiers courts (3 000 mots max., sous-rubriques imposées : Introduction/Objectifs (500 mots max.) ; Revue de littérature (500 mots max.) ; Approche/méthodologie (500 mots max.) ; Résultats (500 mots max.) ; Discussion (500 mots max.) ; Implications et limites (500 mots max.).

Les papiers doivent respecter les consignes de présentation suivantes :

- En Microsoft Word format A4-;
- Interligne 1,5 incluant les notes bibliographiques (en interligne simple) ;
- Police : Times New Roman, corps 12 points ;
- Titres et sous-titres en caractères gras, numérotés sous la forme 1, 1.1 et 1.1.1. ;
- Numérotation des pages au centre et en bas de page ;
- Marges haute, basse, droite et gauche de 2,5 cm ;
- Références bibliographiques rappelées en fin de document ;



Noms des auteurs référencés dans le corps du texte entre parenthèses et suivis de l'année d'édition. Les articles non conformes à ces exigences de mise en page seront renvoyés à leurs auteurs.

Calendrier

Réception des communications (papiers courts/longs)	Avant le 15/02/2021
Avis du comité scientifique	Avant le 02/04/2021
Soumission des versions définitives	Avant le 30/06/2021
Inscription au colloque	Avant le 15/09/2021
Dates du Congrès	13-15 Octobre 2021